

EL PRODUCTOR Y LA PRODUCCIÓN EN LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA



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

El productor y la producción en la industria cinematográfica

JAVIER MARZAL FELICI
FRANCISCO JAVIER GÓMEZ TARÍN
(editores)

UCM

EDITORIAL
COMPLUTENSE

Esta obra ha sido posible gracias a la colaboración de:
Universidad Complutense de Madrid, Ministerio de Educación, Generalitat Valenciana,
BP España, Telefónica, Productors Audiovisuals Valencians y Empreses Audiovisuals
Valencianes Federades

Queda rigurosamente prohibida sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo público.

Todos los libros publicados por Editorial Complutense a partir de enero de 2007 han superado el proceso de evaluación experta

© 2009 by Javier Marzal Felici y Francisco Javier Gómez Tarín de la edición
y los autores de sus textos

© 2009 by Editorial Complutense, S. A.
Donoso Cortés, 63 - 28015 Madrid
Tels.: 91 394 64 60/61. Fax: 91 394 64 58
ecsa@rect.ucm.es
www.editorialcomplutense.com

Primera edición: Junio de 2009

ISBN: 978-84-7491-958-5

Depósito legal: M-26.014-2009

Diseño de cubierta: Editorial Complutense

Fotocomposición: MCF Textos, S. A.

Impresión: Gráficas IM-TRO

Impreso en España - *Printed in Spain*

Introducción

JAVIER MARZAL FELICI y FRANCISCO JAVIER GÓMEZ

TARÍN, *Universitat Jaume I de Castellón*

11

PRODUCCIÓN E HISTORIOGRAFÍA

La figura del productor en la industria cinematográfica española

EMILIO C. GARCÍA FERNÁNDEZ, *Universidad Complutense de Madrid*

21

El productor creativo: ¿tautología o excepción?

ALEJANDRO PARDO, *Universidad de Navarra*

47

Materia oscura

JULIO PÉREZ PERUCHA, *Presidente de la AEHC*

69

Productores en el cine español: una aproximación histórica

ESTEVE RIAMBAU, *Universitat Autònoma de Barcelona*

y CASIMIRO TORREIRO, *Universidad Carlos III de Madrid*

81

INFIES (1953-1957). Historia breve de una productora efímera

ASIER ARANZUBIA COB, *Universidad Carlos III de Madrid*

95

-
- Un caso particular en la producción independiente:
la *Central Del Curt* (CDC) y la *Cooperativa de Cine Alternativo* (CCA)
ROBERT ARNAU ROSELLÓ y HUGO DOMÉNECH FABREGAT,
Universitat Jaume I de Castellón 111
- La manipulación de la sociedad civil: la producción del NO-DO al servicio
de la dictadura franquista
SALVADOR BROSETA, *Universidad de Castilla-La Mancha*
y RAMÓN A. FEENSTRA, *Universitat Jaume I de Castellón* 125
- La alteración del relato: cambios narrativos por el conflicto de autores
en *Blade Runner*
ÁNGEL PABLO CANO GÓMEZ
y MIGUEL ÁNGEL MARTÍNEZ DÍAZ,
Universidad Católica San Antonio de Murcia 135
- Sobre *Procusa* (1958-1965), una iniciativa de coproducciones europeas
y de cortometrajes
J. M. CAPARRÓS LERA, *Universidad de Barcelona* 143
- Colonial Aje (1944-1950): de albas misiones y aguas oscuras.
Pasiones y vaivenes de una productora cinematográfica española
GUIDO CORTELL HUOT-SORDOT, *Universidad Carlos III de Madrid* 165
- La construcción del lenguaje del franquismo: el creador anónimo (1945-1955)
LUIS DELTELL ESCOLAR, *Universidad Complutense de Madrid* 177
- Construir lo imposible: Samuel Bronston y sus producciones en la historia
del cine español
GEMA FERNÁNDEZ HOYA y ALBERTO FERNÁNDEZ HOYA,
Universidad Complutense de Madrid 189
- Saturnino Ulargui*: esbozo de un productor de films de complemento
(la producción de cortometrajes en los años cuarenta)
PABLO FERRANDO GARCÍA, *Universitat Jaume I de Castellón* 203
- Dwain Esper: en los suburbios de la producción cinematográfica
JOSÉ RAMÓN GARCÍA CHILLERÓN, *Universidad de Murcia* 217
- El cine del primer Querejeta como modelo de producción eficiente
y algunas de sus secuelas
JOSÉ VICENTE GARCÍA SANTAMARÍA, *Universidad Carlos III de Madrid* 227
- Un modelo de producción documental: *En construcción*, de José Luis Guerín
LONGI GIL PUÉRTOLAS, *Universitat Jaume I de Castellón* 247

Maurice Tourneur y el ocaso de la figura del director-productor en el Hollywood de 1920 CARMEN GUIRALT GOMAR, <i>Universidad de Valencia</i>	263
Las fuentes de financiación y la competitividad del cine español JESSICA IZQUIERDO CASTILLO, <i>Universitat Jaume I de Castellón</i>	277
Cautivos del mal JAVIER MORAL MARTÍN, <i>Universidad Politécnica de Valencia</i>	285
Sistemas de producción hollywoodiense para un cine en pañales CARMEN RODRÍGUEZ FUENTES, <i>Universidad de Málaga</i>	299
Películas de productor. Estudio comparativo de dos documentales biográficos contemporáneos AGUSTÍN RUBIO ALCOVER, <i>Universitat Jaume I de Castellón</i>	311
Las películas musicales y el primer desarrollo de la estructura cinematográfica española (1934-1936) INMACULADA SÁNCHEZ ALARCÓN (coord.), MARTA DÍAZ ESTÉVEZ, FRANCISCO MARCOS MARTÍN MARTÍN, y MARÍA JESÚS RUIZ MUÑOZ, <i>Universidad de Málaga</i>	327
Ida Lupino, productora pionera independiente en Hollywood JOHN DOUGLAS SANDERSON, <i>Universidad de Alicante</i>	339
PRODUCCIÓN Y TEORÍA	
El papel del productor en el proceso de fabricación filmica JORGE CLEMENTE MEDIAVILLA, <i>Universidad Complutense de Madrid</i>	351
Los nombres del productor RAMIRO GÓMEZ B. DE CASTRO, <i>Universidad Complutense de Madrid</i>	359
Sobre producción cinematográfica y sobre creatividad ÁNGEL PABLO CANO GÓMEZ y MIGUEL ÁNGEL MARTÍNEZ DÍAZ, <i>Universidad Católica San Antonio de Murcia</i>	373
El director de fotografía, coautor de la obra cinematográfica LAURA CORTÉS SELVA y LEOCADIA DÍAZ ROMERO, <i>Universidad Católica San Antonio de Murcia</i>	381

La formación jurídica, económica y empresarial del productor ejecutivo en cine. Un análisis de sus necesidades formativas a partir del estudio de casos MARÍA SOLER CAMPILLO, <i>Universitat Jaume I de Castellón</i>	393
--	-----

PRODUCCIÓN Y TECNOLOGÍA

8

La producción en la postproducción. El caso de <i>Alatriste</i> CARMEN CILLER TENREIRO, <i>Universidad Carlos III de Madrid</i>	411
Vender vino sin botellas: la producción cinematográfica ante su mutación digital JAVIER LÓPEZ VILLANUEVA, <i>Universidad Rey Juan Carlos de Madrid</i>	421
Las nuevas productoras de animación española en 3D ALFONSO CUADRADO ALVARADO, <i>Universidad Rey Juan Carlos de Madrid</i>	443
Internet como nueva herramienta de promoción cinematográfica. Su aplicación en películas internacionales y de producción nacional RAFAEL LINARES PALOMAR y EVA PATRICIA FERNÁNDEZ MANZANO, <i>Universidad Rey Juan Carlos de Madrid</i>	455
<i>El proyecto Manhattan</i> : un ejemplo de producción desde la universidad RAMÓN LUQUE CÓZAR, <i>Universidad Rey Juan Carlos de Madrid</i> y JUAN JOSÉ DOMÍNGUEZ LÓPEZ, <i>Universidad de Salamanca</i>	465

PRODUCCIÓN Y TELEVISIÓN

El papel de la televisión en la industria cinematográfica: el caso Italia DANIELA ARONICA, <i>Universidad Autónoma de Barcelona</i>	481
De <i>Compañeros</i> a <i>No te fallaré</i> : Manuel Ríos San Martín y la experiencia en la producción cinematográfica de Globomedia CONCEPCIÓN CASCAJOSA VIRINO y BEGOÑA HERRERO BERNAL, <i>Grupo de investigación «Televisión: memoria, representación e industria», Universidad Carlos III de Madrid</i>	495
La industria productora de contenidos audiovisuales ante el reto de la TDT ANDREU CASERO RIPOLLÉS, <i>Universitat Jaume I de Castellón</i>	507

MESA REDONDA:

El oficio del productor: entre el arte y la gestión empresarial

Intervienen: KIKO MARTÍNEZ (*PC. Nadie es perfecto*), PERE ROCA (*Centro de Desarrollo del Audiovisual de Cataluña*) y JOSÉ VICENTE GARCÍA SANTAMARÍA (*Universidad Carlos III de Madrid*)

Moderador: XAVIER CRESPO (*Producciones DACSA*)

521

MESA REDONDA:

El productor ante las políticas de fomento del audiovisual en España y Europa

Intervienen: IGNACIO VARELA (*Consortio Audiovisual Gallego*), JOSÉ VICENTE GARCÍA SANTAMARÍA (*Universidad Carlos III de Madrid*) y FERRÁN TOMÁS (*FAPAE*)

Moderador: JOSÉ CORBERÁ MARTÍNEZ (*EAVF y PAV*)

543

MESA REDONDA:

La mujer en la industria del cine

Intervienen: ROSA VERGÉS (*directora de cine*), ANA ARRIETA (*directora de la Academia de Cine*) y CARMEN CILLER (*Universidad Carlos III de Madrid*)

Moderador: LOURDES RUBIO (*FIA-UIMP*)

571

Introducción

JAVIER MARZAL FELICI

FRANCISCO JAVIER GÓMEZ TARÍN

Universitat Jaume I de Castellón

Es un tópico afirmar que cualquier película, serie o programa de televisión es fruto de un *trabajo en equipo*. En efecto, dada la complejidad de los procesos de producción en los campos del cine, la televisión, la producción multimedia, la radio, etc., es imprescindible la participación de numerosos profesionales y especialistas, procedentes de los más diversos ámbitos, como documentalistas, escenógrafos y directores de arte, guionistas, iluminadores, operadores de fotografía, especialistas en ambientación musical, actores y actrices, decoradores, carpinteros, eléctricos, etc. Como en cualquier trabajo en el que participa un nutrido grupo de profesionales y especialistas, es necesaria la existencia de un líder, de un responsable que dirija y organice las tareas a realizar hasta la obtención del producto final. En el ámbito de la producción audiovisual, y más concretamente en el sector de la producción cinematográfica y televisiva, a esta figura se la conoce con el nombre de *productor*, una profesión reconocida como absolutamente esencial en el proceso de generación de cualquier obra audiovisual.

No obstante, a pesar de la importancia estratégica que representa el *productor* y los *procesos de producción* en el sector audiovisual, podemos constatar un notable déficit de estudios, ensayos y análisis en torno a este tema, contrariamente a lo que cabría esperar. En efecto, no abundan los estudios sobre producción o sobre la figura del productor. Esta obra que el lector tiene entre sus manos, *El productor y la producción en la industria cinematográfica*, pretende contribuir modestamente a un mejor cono-

cimiento de una figura y de unos procesos de trabajo que generalmente pasan inadvertidos para los estudiosos del cine y de la televisión. Es por ello por lo que en el análisis de cualquier texto audiovisual no se puede omitir la importancia del trabajo que realizan los productores y lo determinante que resulta la dirección y el diseño de la producción para que las películas, series y otros productos audiovisuales conozcan el éxito, no sólo en la factura del film o programa de televisión, sino también en sus procesos de explotación (distribución, exhibición, difusión o comercialización), en los que estos profesionales participan de forma muy activa.

Alguien que cargue sobre sus espaldas la responsabilidad de dirigir y liderar grupos de profesionales tan amplios ha de tener un profundo conocimiento de la *naturaleza* de los procesos implicados y, por tanto, debe conocer muy bien el sector audiovisual en el que se mueve. De este modo, el productor es un profesional que debe poseer amplios conocimientos, puesto que para tomar *decisiones* hay que conocer con detalle el medio en el que se trabaja. Dada la complejidad de dichos procesos (para producir un film, un cortometraje, un spot publicitario, un programa de televisión o de radio o incluso una campaña gráfica publicitaria), el *productor* habrá de poseer un conocimiento exhaustivo sobre todas las profesiones que cualquier obra audiovisual involucra, sobre los procesos implicados y las tecnologías utilizadas. No obstante, el productor no es un realizador, no *ejecuta* por sí mismo ninguna de las tareas implicadas en la elaboración de un producto audiovisual, si bien habrá de *supervisarlas* todas, y tendrá que tener criterios y argumentos para juzgar la calidad de los diferentes procesos implicados.

En efecto, el trabajo del productor es sumamente complejo y esencial para la existencia de una industria cinematográfica y de un sector audiovisual. Por una parte, el productor debe ser alguien muy creativo, con sensibilidad para detectar qué, dónde y cuándo hay que producir una historia y al mismo tiempo cómo hay que hacerlo, demostrando una gran habilidad para gestionar y organizar recursos humanos, técnicos y financieros, para llevar a buen puerto una producción. El sector audiovisual es plenamente consciente de la importancia trascendental de este tipo de profesionales para la propia supervivencia del sector. De hecho, en el sector audiovisual se reconoce como una debilidad estructural la falta de buenos profesionales en el campo de la dirección de producción que, junto a la demanda de guionistas, constituye uno de los *nichos de trabajo* más importantes de nuestra industria audiovisual. En este sentido las Facultades de Ciencias de la Comunicación de nuestro país, en especial en el ámbito de la Comunicación Audiovisual, deben tener entre sus objetivos la formación de buenos profesionales en este campo.

Ésta es la principal razón por la que hemos decidido que el II Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico lleve por temática central «El productor en la industria cinematográfica». Este congreso se celebró en la Universitat Jaume I de Castellón los días 8, 9 y 10 de febrero de 2007, con notable presencia de profesionales del sector

audiovisual, de numerosos académicos de diferentes universidades españolas y un elevado número de estudiantes. El II Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico ha sido posible gracias al apoyo del Ciclo de Comunicación de la Fundación Complutense, que dirige don Juan Benavides, y de distintas instituciones como la Generalitat Valenciana, BP Oil, la Fundación Telefónica y a las Asociaciones profesionales de productores de la Comunidad Valenciana y de España, como la Federación Valenciana de Empresas Audiovisuales (EVAF), la asociación Productores Audiovisuales Valencianos (PAV) y la Federación de Productores Audiovisuales de España (FAPAE). Para la organización del Congreso y la publicación de las actas hemos contado con la financiación del Ministerio de Ciencia e Innovación, a través del Proyecto de Investigación del Plan Nacional de I+D+i para el periodo 2004-07, titulado «Diseño de una base de datos sobre patrimonio cinematográfico en soporte hipermedia. Catalogación de recursos expresivos y narrativos en el discurso fílmico», y que tiene su continuidad en otro Proyecto de Investigación, también financiado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología para el periodo 2008-11, titulado «Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales contemporáneos», ambos dirigidos por el doctor Javier Marzal Felici.

Una de las primeras cuestiones que pueden surgir es qué tiene que ver el estudio de «El productor y la industria cinematográfica» con el análisis fílmico. En nuestra opinión, el estudio del hecho cinematográfico no puede dejar de lado el conocimiento de la labor que desarrollan los profesionales de la producción en la industria del cine y en el audiovisual en general. Ignorar el importante papel que desempeñan los productores en la realización de las películas, series de TV, TV-movies, etc., sería ponerse de espaldas a la realidad. Sin duda, estamos ante un tema de trascendental importancia y ante una realidad bastante desconocida en general. Por otro lado, se puede observar que se hace referencia al cine y a la televisión, casi indistintamente. La razón de ello es que, especialmente en la última década, estamos asistiendo a una convergencia entre el medio cinematográfico y el campo de la producción de ficción en TV, que comparten muchas similitudes, no sólo en los procesos de producción y en el propio soporte (el cine digital está llamado a reemplazar al celuloide), sino en las formas de diseñar y gestionar la distribución, exhibición y explotación comercial de las producciones audiovisuales.

La celebración del II Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico, centrado en esta ocasión en el estudio de «El productor y la industria cinematográfica», ha propiciado, creemos nosotros, la creación de un espacio muy fructífero de encuentro con los profesionales de la producción y el mundo académico, que ha vivido mucho tiempo ignorando esta realidad. Este espacio de reflexión debe ser además muy útil para enfrentarnos a la próxima reforma de los planes de estudio entre otras cosas, pero sobre todo para contribuir al establecimiento de lazos cada día más estrechos con el mundo empresarial de la producción, futuros empleadores de muchos de nuestros próximos titulados.

El intenso trabajo desarrollado durante los días de celebración del congreso nos ha permitido la toma de conciencia de algunas cuestiones que pasamos a exponer, muy brevemente, a modo de conclusiones:

- Cabe subrayar, en primer lugar, que la actividad del productor no es una tarea independiente de otras actividades que hacen posible la producción de las películas, TV Movies, series de TV, etc. La actividad del productor debe conceptualizarse como propiamente industrial. Es cierto que la industria de la producción audiovisual en España no es muy potente, si la comparamos con otros países vecinos (Francia o Gran Bretaña, también muy lejos de la industria norteamericana), pero cabe constatar que el sector de las industrias culturales del cine y de la TV mueve en España más de 4.000 millones de euros, lo que puede dar cuenta de la magnitud del negocio que representa la industria del cine y de la TV en nuestro país.
- El trabajo del productor es de una gran complejidad, bajo cuya etiqueta caben numerosos oficios y funciones. El productor (es decir, el/la profesional de la producción) desarrolla una actividad típicamente empresarial. Desde el punto de vista de la formación académica, conviene asumir que todo aquel que desee en un futuro desarrollarse profesionalmente en el sector audiovisual, es decir, los estudiantes de las titulaciones de Publicidad y Relaciones Públicas y de Comunicación Audiovisual, entre otros, deben ser conscientes de que no se puede dar la espalda a esta realidad. En el actual contexto es conveniente asumir que el trabajo que desarrollarán los futuros titulados tendrá lugar en un contexto empresarial.
- El trabajo de productor aúna facetas artísticas y creativas que determinan la elección de las películas o series a producir, detecta qué tipo de producciones son las que pueden gozar de éxito entre el público, pero al mismo tiempo requiere de sólida formación empresarial, aplicada al campo del audiovisual, para hacer posible la gestión y organización de los recursos técnicos, humanos y financieros. Entre las habilidades del productor cabe esperar su capacidad para la negociación, para localizar y gestionar fuentes de financiación, para dirigir grupos humanos, para gestionar recursos financieros. Por ello es importante que las titulaciones de Ciencias de la Comunicación incorporen materias específicas sobre el estudio de la empresa y la producción audiovisual, que aúnen las facetas artística y de gestión empresarial.
- Se ha hablado de la baja empleabilidad que existe en el sector audiovisual y del influjo de lo que se conoce como «reserva de talento». Es cierto que se abusa excesivamente de la gente que empieza, que está dispuesta a trabajar gratuitamente en las producciones como «meritorios», etc., lo que lleva a que exista una bolsa flotante de muchos trabajadores que entran y salen continuamente del mercado laboral audiovisual. Es verdad que este mercado es fuertemente competitivo, pero también es cierto que si no se acumula experiencia no es posible hacer que esta industria sea cada vez más competitiva. En otros sectores productivos hace tiempo

que descubrieron que no se pueden crear empresas competitivas si no es gracias a la existencia de plantillas de trabajadores estables, bien remunerados y suficientemente motivados para trabajar muy duro. En este sentido creemos que este contexto es el adecuado para trasladar a los productores un mensaje muy simple: es necesario confiar más en nuestros licenciados en *Comunicación Audiovisual*, en *Publicidad y Relaciones Públicas* y en *Periodismo* porque, de alguna manera, ellos son el futuro de la industria y del sector audiovisual. El trabajo precario en el sector audiovisual sólo demuestra la fragilidad y falta de madurez del sector, que necesita una urgente profesionalización, en la que se ha avanzado mucho en estos últimos años. El contexto que se ha dibujado a lo largo de los días de celebración del congreso nos ha permitido tomar conciencia de la importancia que tiene la capacidad de adaptación y la polivalencia. Frente a los estudiantes de *formación profesional*, los estudiantes universitarios gozan de unas ventajas evidentes en lo que respecta a esa capacidad de adaptación, de liderazgo y de innovación, por estar capacitados para reflexionar sobre el trabajo que hacen, lo que les sitúa en una posición privilegiada. Sólo mediante un contacto estrecho con el mundo empresarial audiovisual seremos capaces de hacer posible que la formación universitaria sea cada vez más eficiente.

- Por otro lado, diversas ponencias y comunicaciones presentadas en el congreso nos permiten subrayar que las industrias culturales del cine y de la televisión son de las que menos subvenciones reciben, comparadas con otros sectores productivos de nuestro país. Creemos que no se debería seguir cuestionando el sentido de las ayudas y subvenciones públicas, si bien es exigible, como en otros sectores de la economía, una mayor transparencia en la gestión de los recursos. Por otro lado, cabe subrayar la importancia del cine y de la cultura audiovisual en la construcción del imaginario colectivo, por lo que las ayudas públicas al sector audiovisual son todavía insuficientes. No sólo cabe exigir ayudas al campo de la producción, sino también a la distribución y exhibición, porque vivimos en un mercado sólo en apariencia libre, secuestrado por las grandes corporaciones norteamericanas. Los responsables políticos de cultura, a nivel autonómico, estatal o europeo, deben impulsar con firmeza la internacionalización de la producción cinematográfica y audiovisual, mediante la promoción de coproducciones entre países, y la creación de más ventanas de distribución y exhibición comercial para visibilizar el enorme potencial de la industria audiovisual europea. Las universidades deben hacer todo lo posible por contribuir a esta internacionalización, incorporando a los planes docentes la celebración de talleres y seminarios especializados, jornadas, encuentros, congresos, etc., que promuevan el conocimiento de la cultura audiovisual europea.
- La celebración de este congreso nos ha permitido constatar que el oficio del productor sigue siendo una «materia oscura», como señaló don Julio Pérez Perucha, presidente de la Asociación Española de Historiadores del Cine (AEHC), que exige

esfuerzos redoblados en el campo de la investigación para conocer la economía del cine y del sector audiovisual y la historia de la producción en el cine español. Se trata de una línea de investigación que estamos potenciando desde el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I, a través del establecimiento de vías de colaboración con instituciones como el «Instituto Valenciano de Cinematografía “Ricardo Muñoz Suay”» (IVAC-La Filmoteca), en especial en el campo de la historia del cine español y del cine valenciano, con la intención de atender la temática que hemos tratado en este congreso. Ésta será una línea de trabajo del *Observatorio en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación* que está vinculado al Máster Oficial que ha comenzado en el curso 2007-08 en la Universitat Jaume I, bajo la dirección de don Rafael López Lita, don Javier Marzal Felici y don Francisco Fernández Beltrán.

Sin lugar a dudas, la celebración de un congreso puede resultar parcialmente estéril si las investigaciones presentadas en el mismo no conocen una adecuada difusión. Como ya hicimos en la anterior edición de este congreso, cumplimos con el compromiso de publicación de las ponencias y comunicaciones que se presentaron, con la esperanza de que sean consultadas por los investigadores de la materia. Como el lector podrá comprobar por sí mismo, el debate y la actividad investigadora fueron intensos, lo que nos satisface enormemente. Por un lado, se ha estimado conveniente modificar el título de la publicación con el nombre de *El productor y la producción en la industria cinematográfica* porque buen número de textos plantean una reflexión que trasciende el estudio de la función del productor y se ocupan de analizar los procesos de producción en los campos del cine y de la televisión. En segundo lugar, se ha creído conveniente presentar en esta publicación escrita tanto las ponencias como las comunicaciones y mesas redondas, sin establecer diferencias entre las dos primeras. Creemos que la calidad científica de los trabajos expuestos, así como la escasez de estudios en este campo, incluso en otros idiomas, hace necesaria la existencia de un libro como éste. *El productor y la producción en la industria cinematográfica* se estructura en cuatro áreas temáticas y el bloque dedicado a la transcripción de las mesas redondas. Estas áreas temáticas son: «Producción e historiografía», «Producción y teoría», «Producción y tecnología» y «Producción y televisión».

Finalmente, se debe destacar que la existencia misma de este congreso y el interés por centrarlo en una temática como el campo de la producción audiovisual tiene su origen en el apoyo y confianza dispensados por don Rafael López Lita, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Jaume I, que ha hecho posible crear una escuela (un estilo) académico muy singular en el contexto español. El profesor López Lita nos ha ayudado a tomar conciencia de la enorme importancia que tiene esta orientación pragmática de la formación universitaria, del necesario contacto que hemos de tener con las empresas de publicidad y de comunicación audio-

visual, porque no habrá futuro sin ese contacto con las empresas, y tampoco lo habrá si no se «abren las ventanas de esta universidad» al trabajo que se desarrolla en otros centros universitarios.

Para terminar, sólo nos resta agradecer el trabajo realizado por todos los compañeros que han hecho posible la organización de este congreso, en especial al doctor Agustín Rubio Alcover, al doctor Roberto Arnau Roselló, a la doctora Cristina González Oñate, a la doctora Jessica Izquierdo Castillo y a las doctorandas Marta Martín, Encarna Ramiro, Shaila García y Estíbaliz Gómez, y al importante esfuerzo realizado por los miembros del Grupo de Investigación «Investigación en Tecnologías Aplicadas a la Comunicación Audiovisual» (ITACA-UJI), a la Fundación Universitat Jaume I-Empresa (FUE) y a María Sánchez de Mora, a la participación de numerosos profesionales y académicos en el debate científico, que pueden ver ahora recogido en un libro el fruto de su trabajo, y a los estudiantes asistentes al congreso. A todos ellos está dedicada esta obra.

Producción e historiografía

La figura del productor en la industria cinematográfica española

EMILIO C. GARCÍA FERNÁNDEZ
Universidad Complutense de Madrid

Hablar de producción audiovisual y de productores cinematográficos en España es un asunto de máxima actualidad. El proyecto de ley que se está diseñando en el Ministerio de Cultura (a fecha de febrero de 2007) y en el que, supuestamente, participan con sus opiniones todos los sectores profesionales está a la vuelta de la esquina. Por lo tanto, el debate se encuentra en la calle; o mejor dicho, el debate se encuentra sobre la mesa de los sectores implicados en la producción, distribución y comercialización de productos audiovisuales, sin olvidarse de los autores considerados piedra angular de la existencia de productos (películas, series de televisión, etc.) y de las industrias auxiliares que facilitan el equipamiento y la tecnología necesarios para llevar a cabo los proyectos.

Al mismo tiempo, una de las cuestiones que más literatura está generando de cara a concretar el borrador de la nueva Ley es la definición de «productor independiente». En este sentido podemos indicar que ya se abordó con notable precisión en 1955. La solvencia de quienes redactaron el texto está fuera de cualquier duda, pues eran los que en aquel momento mejor podían entender la industria cinematográfica. La definición recogía que es productor independiente «el que no cumple más actividad en la industria que la de promover la realización de películas, esto es, el que está aislado de las ramas de exhibición y distribución y de las factorías y estudios de rodaje de cintas», y que éstos están «generalmente constituidos en empresa particular o individual» (López García *et al.*, 1955: 17).

Además, podemos apuntar otra cuestión fundamental para entender qué ha sucedido a lo largo de la historia de la industria cinematográfica española con la actividad de las empresas de producción. Nos referimos al «tamaño de la empresa», algo que aprendimos de nuestro maestro Antonio Cuevas –siguiendo a Walter Dadek– y que dejó recogido en uno de sus libros (Cuevas, 1999: 138). El tamaño de la empresa se entiende, básicamente, por el volumen de su actividad. Así, serán grandes empresas las que produzcan simultáneamente varias películas; medianas, las que lo hagan continuamente, y pequeñas, las que produzcan de manera accidental, esto es, sin continuidad.

Con estas ideas como punto de partida podemos abordar la figura del productor desde los primeros tiempos del cinematógrafo y hacerlo con la cautela, el rigor y el protagonismo que han definido a quienes, en cada época, han decidido dedicarse a esta profesión. Somos conscientes de las dificultades que entraña un proyecto, de la norma económica que rige la industria de producción de películas y, por último, de cómo el mercado español y la comercialización de una película muestran signos de inestabilidad desde los primeros años. Por eso no nos extraña que los autores antes citados señalaran, a tenor de la experiencia acumulada, que «las empresas productoras carecen de capitales propios...» y que «con independencia del crédito sindical, los productores se han sometido con frecuencia a fórmulas usurarias y procedimientos de financiación exigentes y gravosos, que han encarecido los costes, además de convertir la producción en un negocio turbio y propicio a la quiebra» (López García *et al.*, 1955: 47).

AQUELLOS PRIMEROS AÑOS

Resulta difícil definir al productor cinematográfico en los primeros años del cinematógrafo (García Fernández, 2002). Los pioneros fueron hombres «todo terreno», voluntariosos, con grandes iniciativas, que asumían el reto de escribir, producir, dirigir, montar, revelar y distribuir, además de soportar un negocio de equipos y comercializar sus películas en cualquier mercado. En aquellos años se habla más de empresarios, dada la amplitud de actividades que desarrollaban. Por eso, a la hora de señalar a algunos productores, los más cercanos profesionalmente serían los propietarios de ciertas salas de cine que se volcaron en la producción de películas propias, encargadas a operadores locales. Es decir, que durante todo el periodo mudo muchos pioneros continuaron siéndolo, más allá de haber producido y dirigido algún mediometraje o largometraje. Esto significa mucho a la hora de comprender cómo funcionaba la industria cinematográfica española más allá de ciudades como Valencia, Barcelona y Madrid. La autogestión, no obstante, podía –y de hecho lo hacía en muchos casos– ocultar el grado de creatividad o el nivel artístico de las obras producidas por dichos productores-operadores. En cualquier caso, las valoraciones que se pueden hacer sobre la actividad de una u

otra productora pasan por conocer a fondo los datos económicos sobre los que se sustenta el proyecto empresarial. Las dificultades son numerosas en este sentido, aunque se sabe la tendencia a incorporar a miembros de la nobleza y aristocracia en los consejos de administración de empresas que resultaron efímeras en la mayoría de los casos. En las publicaciones de la época se pueden recoger algunas cifras sobre Nacional Films, Segre Films y Barcinógrafo que se suponen son el capital con el que se pretende constituir la nueva firma (Martínez, 1992: 152).

Un primer ejemplo a tener en cuenta es Films Cuesta de Valencia (1905-1914), empresa que surge de un negocio familiar dedicado a la droguería y a la venta de gramófonos y materiales diversos, entre ellos el cinematográfico. Se tiene referencia de la intensa actividad que desarrolla a lo largo de once años, dedicándose, bien por iniciativa propia o por los encargos que le llegan, a realizar películas documentales, reportajes y largometrajes. Podemos apuntar que se trata de un proyecto artesanal, en la línea de muchos de los impulsados en España en las primeras décadas del siglo XX, y de acuerdo con el mercado existente.

En Barcelona, en un momento de gran actividad cinematográfica, se pone en marcha Studio Films (1915-1922) de la mano de Joan Solá Mestres y Alfredo Fontanals Solé (directores de fotografía provenientes de Barcinógrafo). La empresa inicia sus actividades productivas sin que se sepa qué recursos económicos tiene. Se centra de manera especial en el rodaje de series como alternativa al largometraje que ya comenzaba a llegar a España en ese año. Las inversiones son notables y el éxito de algunos trabajos como *Los cuentos baturros* (1915) le animan a continuar. Domingo Ceret, el primer director del Estudio, firma importantes trabajos destacando *Humanidad* (1916). Su trabajo lo continuará Joan María Codina con una serie de películas de episodios que serán muy conocidas en esos años. Sobre quién financiaba a Studio Films o cuáles eran los recursos propios de Solá y Fontanals, no se sabe nada. No obstante, se conoce la compra de los Estudios Boreal Films y la puesta en marcha de una distribuidora propia –Monopol Films–, acciones que confirman, *a priori*, la bonanza económica en la que se encontraba. Sin embargo, el simple hecho de que las películas españolas se estrenaran con retraso condujo a la empresa a sufrir un notable deterioro estructural que le permitió sobrevivir durante tres años hasta que se vió obligada a echar el cierre en 1922.

En Madrid fue muy intensa la producción desarrollada por Hispano Films a lo largo de doce años (1906-1918), que, a tenor de la duración de las películas –algunas en formato serial–, confirman una notable inversión puesta en manos de Ricardo de Baños y Alberto Marro, los dos directores artísticos de la firma. Patria Films (formada en 1915 por empresarios como Gerardo Vargas Machuca y Pedro N. de Soto, y actores como Benito Perojo y Pedro Zorrilla) se pone en marcha con 5.000 pesetas¹, la

¹ Aquí mantenemos el valor económico de la época, como lo haremos en todos aquellos datos similares hasta 1940.

mayoría invertidas en la construcción de una galería. La producción no resulta rentable, más allá de que algunos trabajos sean bien comercializados. Cuando Julio Roeset entra en la firma aporta 10.000 pesetas y desarrolla una serie de películas con rodaje simultáneo que dejan en el aire la eficacia de la apuesta empresarial. Salvo alguna excepción mínima, los resultados de las películas producidas no alientan a la continuidad y, tras pasar a ser una sociedad anónima en 1918 con un capital social de un millón de pesetas, vive nuevas vicisitudes que acaban derivando los activos de la misma hacia una fusión con la recién fundada Atlántida.

Cuando se pone en marcha Atlántida S. A. Cinematográfica Española en 1919 se atisba un nuevo horizonte para la producción madrileña. Un largo elenco de capitalistas forma parte de su grupo impulsor, que anuncia a bombo y platillo que tenía un capital social de cuatro millones de pesetas (que poco después se quedaría en la mitad). Cuando llegó la hora de iniciar su actividad, apenas contaba con 200.000 pesetas de liquidez. No obstante, se mejoraron las instalaciones aportadas por Patria Films y comenzó la producción de películas con un notable desembolso conjunto, dado que en los primeros años desarrolló simultáneamente cuatro proyectos incrementando los costes de producción hasta límites difíciles de amortizar, lo que le supuso que desde el primer año comenzara a acumular un notable déficit que no pudo equilibrar con la ampliación de capital.

No existe una idea clara sobre qué es una productora y cómo ha de constituirse a la hora de abordar proyectos de producción. No existe una diferenciación de práctica profesional entre aquellos que asumen el compromiso de sacar adelante una película. Da la impresión de que cualquiera escribe un texto y puede asumir la dirección artística del mismo. La mínima garantía parece existir en algunos estudios y laboratorios que son, en definitiva, los que dan permanencia al sector industrial.

Resulta difícil hablar de sector consolidado cuando no sabemos realmente quién es el productor. Queda claro que leyendo entre líneas nos encontramos con empresas que tienen un gerente para llevar el control de la empresa, pero poco más. La mayoría están fundamentados en las iniciativas de los directores artísticos, que son los que llevan el peso de la producción.

Como ya hemos comentado en otro lugar (García Fernández, 2002), la inversión cinematográfica en España durante estos años es muy raquítica. Nada tiene que ver el aumento de la producción entre 1925 y 1928, pues la efectividad de esa inversión se contradice con la actitud demostrada por el empresario hacia su propio mercado. Los resultados de muchas producciones podían establecer los criterios de valoración de lo que se hace por parte de las empresas productoras españolas. En algunos casos se lanzan campanas al vuelo con el objeto de destacar el alto volumen de producción y en otros se destacan los despropósitos de algunas entidades que, a fin de mejorar sus ingresos, copian modelos de otros éxitos de la temporada generando resultados catastróficos por la presión a la que están sometidos los profesionales del momento

—trabajar rápido, gastar lo menos posible y tener un salario mísero—, situación que conducirá al bloqueo de futuras iniciativas.

A lo largo de la década de 1920 todavía muchos de los promotores de empresas de producción parecen no tener muy claro que no tienen por qué asumir el reto de disponer de la infraestructura necesaria para producir una película. Creen que deben tener todo el equipamiento para finalizar cada proceso, decisión que, indudablemente, les perjudicará a la hora de rentabilizar sus inversiones. Así, lo poco o mucho que le pueda generar una película no podrán dedicarlo íntegramente a poner en marcha otro proyecto porque tiene que invertir en tecnología y laboratorios. En este sentido quizás la firma que tuvo las ideas más claras desde su constitución fue Madrid Films, convirtiéndose en una sólida empresa de servicios.

La producción de cine en España estaba fundamentada en el desarrollo de la parte más artística. Preocupaban especialmente los directores, operadores, actores y guionistas, relegando a un segundo plano las cuestiones comerciales. En este contexto hay que entender la continuada preocupación por reclamar del Gobierno una protección para el cine español sobre la base de una «cuota de pantalla» que facilitara el acceso de nuestro cine al público de la época (García Fernández, 2002), una fórmula ya en aquel tiempo tan arbitraria como artificial y que no servía para ratificar la comercialidad del cine español. El público al que quería dirigirse el productor español continuamente le pedía «más calidad y menos patriotismo» («La Pantalla», 5-V-1929).

En este sentido Benito Perojo se destacó entre todos los profesionales de la época al entrar de lleno en materia económica con el fin de apuntalar los valores artísticos de la producción. En su momento señaló que abogaba «por una producción con más medios económicos y, siempre que se quiera distribuir en otros mercados, esta película ha de contar con la intervención de elementos artístico-técnicos de otros países...» («La Pantalla», 24-III-1929). Pasados los años, esta idea de Perojo puede representar un peligro por cuanto no siempre es necesario invertir más para conseguir mejores resultados.

LA PRIMERA PRODUCCIÓN SONORA

Con la implantación del sonido en el cine, el sector de producción va a definir claramente cuál es la actividad que debe desarrollar. Dejando a un lado los modelos foráneos, la empresa productora comienza a saber mucho mejor cuál es su campo de trabajo, al tiempo que sus promotores saben que deben mantenerse al margen de cualquier otra actividad. Los estudios que se ponen en marcha ofrecen todos los recursos tecnológicos e infraestructura suficiente como para dar salida a cualquier volumen de producción. La realidad es incuestionable, y aunque la atomización continúa siendo una constante en el sector, se mantienen unos criterios más acordes con

los tiempos que corren –aunque no pase lo mismo con los resultados–, que derivan de una actitud profesional más adecuada al medio.

El volumen de producción a lo largo de la década de 1930 es lo suficientemente interesante como para corroborar lo dicho, pues se produjeron 177 películas y apenas son 12 empresas las que producen más de cuatro títulos.

26

En este periodo podemos centrar nuestros comentarios en Exclusivas Diana y Orpheo Films como ejemplos de empresas con distinto perfil en su actividad productiva, y dejar para más adelante la actividad de Cifesa. No obstante, Exclusivas Diana es especialmente una distribuidora que en los primeros años treinta decide embarcarse en la producción de una serie de películas, por lo que simplemente la señalamos.

Por diversas circunstancias, la empresa protagonista de la época va a ser Orpheo Films, S. A., los estudios cinematográficos «equipados para todos los servicios necesarios en la realización de cualquier clase de producción cinematográfica», montados en Barcelona en 1932 por Francisco Elías y el francés Camille Lemoine. Además de la prestación de servicios, muy importante para las empresas afincadas en Barcelona, desde sus comienzos intenta entrar en la producción de películas. Su actividad va a ser intensa en este sentido durante tres años, aunque de menor relevancia que otras firmas del momento. Hay que señalar, no obstante, que, tras los buenos propósitos empresariales, la financiación del Estudio sufrió notables desequilibrios, situándolos en más de un momento de su historia a punto de echar el cierre.

Las aspiraciones por consolidar una industria cinematográfica se hacen evidentes entre 1932 y 1936. Hablar de más de cien películas producidas no es tema superfluo, dado que se confirma que en el fondo existía una masa empresarial que estaba dispuesta a consolidar sus proyectos industriales y generar el negocio necesario para ser solventes.

EL CINE DE LA POSTGUERRA

Un notable cambio en la actitud del sector de producción se aprecia a partir de 1939, cuando se definen las líneas de actuación que se deben seguir en el marco cinematográfico por todas las empresas que quieran estar en el negocio. El sector de producción se va a encontrar, por primera vez en su historia, con una normativa legal que se convertirá en un código de buena conducta que hay que observar y respetar si se quiere trabajar en la industria cinematográfica española.

Si bien en un principio se puede entender el intervencionismo desde un punto de vista ideológico, es más que evidente que dicha intervención fue profundamente económica, tanto en el apoyo directo por parte del Estado al productor como en los beneficios que éste podía conseguir si aplicaba correctamente la norma establecida. Manuel Augusto García Viñolas, como jefe nacional de Cinematografía, declaró en

mayo de 1938 («Radio y Cinema», 4: 15-V-1938) que «la labor del Estado no es de limitación sino de ordenación. El Estado no puede monopolizar, y nunca tampoco podrá ser productor con las características que mueven a la empresa privada: el afán de lucro. [...] El control no sería lo bastante para ello; hay que producir. Y el Estado Nacionalsindicalista creará premios con el fin de estimular y depurar nuestra producción». Dos ideas que van definiendo al productor: el Estado ayudará y el lucro, en principio, es uno de los objetivos del productor.

La censura de guiones y de películas ya rodadas (ya en 1940) se complementaba desde 1943 con la clasificación de películas –sistema indirecto de protección: gratificación del productor mediante licencias de importación (Orden 18-V-1943)– y un especial «Interés Nacional» –«por exaltar los principios morales y políticos»– que situaba a la película como preferente en su exhibición (Orden 15-VI-1944). Esto quiere decir que la vida industrial del cine español estaba en manos del Estado, y el productor fue consciente de ello desde el primer momento, aunque no supuso impedimento alguno para construir su propio negocio sobre esta base «amparada por la ley».

No obstante, estas directrices van a marcar el rumbo del sector porque serán muchos los emprendedores que se aventuren a caminar por un territorio que no controlan en sus fundamentos. Este paisaje empresarial se dibuja en los constantes reajustes «económicos» que hacen desde el Estado, porque no sólo se descubren las miserias de numerosas firmas, sino también el desinterés por la película que se produce, actitud que en nada favorece a la industria cinematográfica española y sí a quienes promueven los proyectos.

Si nos metemos de lleno en el texto político no cabe la menor duda de que encontramos ideas muy valiosas para comprender la realidad de una industria –y especialmente el sector de producción– y cómo debe cimentarse para que las iniciativas de los cuarenta sirvan para los años posteriores y la eficacia de los planteamientos de un sector sirva de aval a proyectos futuros. La paradoja se encuentra en el discurso oficialista que se propaga por numerosas publicaciones de la época en las que se menciona especialmente la necesidad de «[...] capitalistas que vengan a la industria a algo más que a ganar dinero. Y que lo ganen en buena hora construyendo la industria sobre sólidas bases del arte y del buen gusto» («Radio y Cinema», 1: 30-V-1938).

A tenor de los primeros resultados que se aprecian en las producciones realizadas, se constata otra realidad: el sector de exhibición continúa replegándose a la película española. La cuota del 1/6 (una semana de cine español por cada seis de cine extranjero) se impone en 1941 y se busca con ella animar al productor de cine a que siga con su labor (tanto en la producción de largos como de cortometrajes, pues se obliga a pasar un complemento –película corta nacional– en cada sesión).

La inversión que en los años cuarenta se hace en el cine deviene del apoyo del Estado, pues las productoras encontraron en la clasificación, las licencias de importación y premios sindicales el banco más asequible para sus negocios (y habría que valorar los

créditos concedidos y su reintegro oficial). Nos encontramos que, lejos de importarle los resultados comerciales de su película, su objetivo prioritario era el abordar temas que resultaran atractivos para la Junta de Clasificación correspondiente, pues de las licencias obtenidas dependía el «negocio» que ellos pudieran hacer con las películas extranjeras, que eran las que mayor demanda tenían en la exhibición, y por lo tanto las que más dinero dejaban en las salas. Resultaba evidente que la cuota de pantalla importaba poco; con la norma establecida, a los empresarios de la época les permitía acallar las voces que reclamaban una mayor defensa del cine patrio, como ocurriera dos décadas antes. El trabajar pensando en las licencias de importación lleva a una proliferación indiscriminada de empresas de producción, muchas de vida efímera, y a levantar el edificio de la industria del cine español sobre pilares poco sólidos.

La aplicación de ciertas medidas proyecta su influencia sobre el volumen de producción. Se produce mucho, pero los resultados creativos a tenor de la comisión correspondiente no son los aconsejados, pues la clasificación económica (con todos los beneficios o perjuicios que de su aplicación se derivaban) situaba a las películas en una franja de notable segunda categoría, situación que se fragmenta todavía más cuando se aplica la modificación de la orden en 1948.

La importación de películas queda vinculada a que se produzcan títulos «españoles, de una categoría decorosa y de un coste no inferior a 750.000 pesetas²» (Norma del Ministerio de Industria y Comercio de 28-X-1941). Los resultados son un elevado número de películas de baja calidad artística, lo que no impide que sus promotores se dediquen a pedir una y otra vez la revisión de la calificación otorgada por la Comisión de Valoración, porque sus resultados económicos podían ser catastróficos para la empresa.

Pero no todo acaba aquí, pues el modelo aplicado para la concesión de licencias de importación hizo que se incrementara «considerablemente en los últimos años el presupuesto de las películas, la mayoría de las veces sin beneficio para la calidad de la obra terminada, buscándose su amortización, no en los ingresos de taquilla, sino en la explotación o venta de los títulos extranjeros: es decir, de sus competidores» («Cine experimental», 8: 1946). Además, como ha señalado Victoriano López, «la aplicación de un criterio más restringido en la concesión de dichos permisos motivó la baja general en el coste medio de las películas» (López García, 1945: 11).

Además, cabe añadir un matiz sobre las películas denominadas de Interés Nacional. De acuerdo con la Orden de 15-VI-1944, en su artículo 3 se dice expresamente que: *se considerará fundamental para la expedición de dicho título que la película contenga muestras inequívocas de exaltación de valores raciales o en enseñanza de nuestros principios morales y políticos*. Aquí cabe, básicamente, la interpretación que los miembros

² Estas 750.000 pesetas se corresponden con 95.962.500 de pesetas del año 1999 (576.746,24 €).

de la comisión hagan de la película presentada a valoración. Que el productor busque por encima de todo dicha clasificación es porque, además de otros beneficios, consigue que su película sea estrenada en la época más conveniente de la temporada cinematográfica, y tenga unas condiciones mínimas, iguales a las que se hallen establecidas normalmente en el mercado cinematográfico, además de tener prioridad en los reestrenos, y debiendo el exhibidor proyectarla obligatoriamente mientras la película alcance el mínimo del 50% del aforo total del cine.

Hay que conocer esta estructura administrativa y de fomento a la cinematografía con el objeto de entender cómo se trabaja en el sector de producción a lo largo de los años y durante un periodo que se extiende más allá del franquismo con las oportunas modificaciones normativas que, si bien en apariencia suponen un progreso notable en el fortalecimiento de la estructura industrial, en el fondo mantienen los vicios que dan pie a las más variopintas interpretaciones. Sin duda, a partir de los primeros años cuarenta, cada productora y productor encierra una historia particular y personal de difícil comparación con otras coetáneas. Los trayectos están más o menos definidos dentro del contexto apuntado, sin una entidad lo suficientemente sólida –salvo las excepciones de rigor– como para defender sin reparos a la actividad desarrollada.

En este momento, y estableciendo un puente entre los años treinta y los sesenta, tenemos que hablar de manera especial de Cifesa y de Suevia Films-Cesáreo González, dos productoras que superaron con creces a las demás con un planteamiento global de actividades.

Más allá de de los orígenes empresariales valencianos de la familia Casanova, especialmente la de Manuel Casanova Llopis, interesa destacar que a primeros de 1932 un grupo de empresarios constituye en Valencia la Compañía Industrial Film Español, S. A. (CIFESA) con un capital de 1.500.000 pesetas ampliable hasta los tres millones en sucesivos pasos, y de la que muy pronto compra acciones Manuel Casanova con el fin de dar el apoyo necesario a su hijo Vicente, que quería dedicarse especialmente al cine. La primera iniciativa de Vicente Casanova al frente de Cifesa fue llegar a un acuerdo con Columbia para distribuir en exclusiva sus películas en España. Mientras los Casanova acabaron de hacerse con el control de la firma, lo que les permitió abordar definitivamente la producción a partir de 1934.

La producción de Cifesa se sitúa en unos márgenes interesantes para la actividad desarrollada por empresas de la época, pues a lo largo de quince años consigue sacar adelante 73 películas, volumen muy importante para una productora española, reflejando unas épocas de más actividad y otras en las que la empresa sufre una serie de avatares que influyen de manera determinante en su actividad y en la representatividad de la firma en el marco de la producción española. No obstante (Fanés, 1982), algunas de las circunstancias que influyeron en su ritmo de producción tienen que ver con los vínculos empresariales mantenidos con otros productores, en el mercado de importa-

ción de películas, el boicot sufrido por la industria estadounidense y también por una gestión interna que en algún momento dejó de ser la adecuada.

En cualquier caso, Cifesa se convierte, según su propia publicidad, en «la primera entidad cinematográfica española» y será conocida como «La antorcha de los éxitos». Para alcanzar este prestigio sabemos que se rodea de buenos directores, estrellas fulgurantes y un equipo técnico relevante, cuyos contratos airea la prensa especializada de la época. Más allá de algunos traspies se consolida como la productora más estable del cine español, la más activa y la de más prestigio. En el primer lustro de la década de 1940, toda la industria cinematográfica parecía depender de Cifesa. Por eso la productora inicia su expansión aprovechando el nuevo ordenamiento legal diseñado por el Estado. Sus proyectos se centran especialmente en mantener una producción constante, generar un trabajo en equipo que dé estabilidad a los proyectos y formar en los mismos a nuevos creativos que luego asuman mayores responsabilidades artísticas.

El cine de Cifesa resulta altamente rentable porque su *star-system* lo proyecta muy positivamente en la sociedad de la época, al tiempo que la promoción se convierte en un arma muy eficaz y el mercado hispanoamericano un territorio a explotar.

En este contexto surge también Cesáreo González con Suevia Films (1941), una marca que le sirve de paraguas para su actividad como productor. Aunque de manera tímida sabe aprovechar los momentos difíciles de Cifesa para consolidarse en el sector. El volumen de su producción y coproducción supera las 160 películas a lo largo de veintiocho años.

El cine de Cesáreo González fue muy comercial. Pasó a la historia por desarrollar un cine muy popular, con enfoques temáticos centrados en la comedia de enredo –sin importar el ambiente– y en aquellas otras historias que se aprovechaban del tirón del niño prodigio y aportaciones creativas sugeridas por las nuevas generaciones de directores (García Fernández, 1990). Un análisis detallado de sus proyectos obliga a descubrir el interés del espectador por el cine que ofrecía: sus actrices, el repertorio de canciones que contenía cada película, el interés por conquistar mercados a través de la pantalla (y con la contratación de las estrellas más rutilantes del cine hispanoamericano). Levantó una red de distribución nacional e internacional jamás soñada, consiguió abrir mercados para el cine español más allá de lo imposible (proyección que benefició a todo el cine español), tuvo un gran olfato por las películas taquilleras y por los repartos de éxito. Suevia Films fue, sin duda, «la marca del triunfo».

Como no se puede ser exhaustivo en un texto como éste, queremos recordar en este periodo, por vinculaciones diversas, a la empresa Aureliano Campa P. C., que fue fundada en 1927 y estuvo operativa hasta finales de la década de 1960; a Filmófono, la empresa fundada en 1931 por Ricardo M. Urgoiti para producir y distribuir películas y con participación en salas de exhibición, y que existirá intermitentemente hasta 1955, y a Benito Perojo, quien a partir de 1952 se dedicará durante veinte años a la

producción colaborando mucho con Cesáreo González y en otras coproducciones internacionales.

Por último, y también excepcionalmente por su largo recorrido, debemos hablar de Emisora Films, empresa fundada en 1934 por Ignacio F. Iquino y un grupo de amigos para reactivarla en 1943 al lado de Francisco Ariza. Sobre unos criterios de economía y eficacia, Iquino asume la dirección de todas las películas de la firma y se rodea de un equipo que se repetirá a lo largo de los años. Emisora Films produce 16 largometrajes entre 1943 y 1949, además de cinco documentales. A partir de este momento, Iquino decide desarrollar un proyecto propio al margen de otros compañeros de viaje y pone en marcha Producciones Iquino en 1949, empresa que pasará a denominarse en 1951 como IFI Sociedad Anónima, marca que mantendría el acrónimo frente a nuevos apellidos (Comas, 2003). El ritmo de producción de IFI S. A. es muy alto a lo largo de más de tres décadas: produce y dirige personalmente 47 largometrajes y dos documentales, y aparte produce desde 1950 hasta 1984 otras 54 películas.

En muchos sentidos, Iquino va más allá que Cifesa y Cesáreo González y tiene mucho que ver con Balcázar Producciones Cinematográficas, al frente de la cual estará, desde su fundación en 1951, Alfonso Balcázar Granda, quien pronto asumiría funciones de director y guionista. La empresa de los Balcázar desarrolló una intensa actividad a partir de sus estudios de Esplugas de Llobregat y su poblado del Oeste y a través de la distribuidora Filmmax (1954) superando el centenar de películas producidas a lo largo de más de tres décadas. Fue especialmente productivo el periodo 1965-1976 con 71 películas, la mayoría coproducciones dentro del género denominado «película del Oeste» o *spaghetti-western*.

Sin duda, establecer el número de productoras activas en España desde 1940 hasta 1970 debe ser relativamente fácil. Los registros oficiales contemplan el número de altas que se producen cada año. Más difícil es, sin embargo, establecer con precisión cuántas están realmente operativas. El cine español a lo largo de estos años asistió atónito al surgimiento de numerosas productoras sin solvencia –unipersonales– que pretendían hacer su «negocio» amparándose en la normativa existente, que no fomentaba la competitividad y sí el mercadeo de las licencias de importación. Embarcarse en proyectos debía resultar fácil y muchos aventureros terminaron su periplo inmersos en auténticos fiascos económicos.

DEL OCASO DE LA AUTARQUÍA AL FIN DEL FRANQUISMO

I

Una primera etapa la podíamos situar entre 1952 y 1964, por entender que se producen una serie de circunstancias políticas y económicas que de alguna manera

influyen también en la industria cinematográfica y que se concretan en normas relevantes, especialmente para el desarrollo del sector de producción.

Para entender mejor la existencia de productoras en la industria cinematográfica española debemos identificar algunas de las muchas normas que regulan su actuación. Quizás esté aquí la clave de buena parte de los males que se arrastran en el sector, sobre todo por la interpretación libre que cada cual hace de la legislación vigente y de cómo la mayoría consideran que ese respaldo administrativo es suficiente para «sobrevivir». Hay que tener claro que se produce una película con la protección a fondo perdido establecida, con el crédito sindical –reintegrable a la entrega de la protección estatal–, con la aportación de la propia productora y con los anticipos (de un distribuidor, o los pagos diferidos del personal de la película, laboratorios, etc.).

Cabe señalar que un Decreto de 1952 (21 de marzo) recoge la creación de la Junta de Clasificación y Censura, asumiendo las funciones que desde 1943 tenía la Comisión Clasificadora de Películas Nacionales (Orden de 18 de mayo, del Ministerio de Industria y Comercio). Las cinco categorías que se establecen (1.^a A, 1.^a B, 2.^a A, 2.^a B, 3.^a) tenían asignado un porcentaje sobre el presupuesto estimado por la Comisión económica (40, 35, 30, 15 y 0%) que se estableció con cargo al Fondo de Protección a la Cinematografía, que no era otra cosa que un dinero (subvención) «a fondo perdido». La excepción se encontraba en las producciones denominadas de «Interés Nacional» (Orden 15-VI-1944) y las de «Especial Interés Cinematográfico» (percibían el 50% del coste estimado de la película) (Orden 12-XI-1962/16-II-1963). Para apoyo de estas iniciativas, desde 1953 hasta 1963 se dictaron una serie de normas que contemplaban la distribución y exhibición obligatoria de películas españolas. También resulta importante destacar que una Ley de 1958 (17 de julio) recogió el crédito cinematográfico a plazo medio y tipo de interés protegido que será regulado por el Ministerio de Hacienda (Orden 20-VI-1960) y administrado por el Banco de Crédito Industrial.

La industria cinematográfica española también se va a ver afectada por unos cambios tecnológicos centrados en la producción de películas en color, los nuevos formatos y sistemas sonoros. El coste medio de una película en blanco y negro se sitúa entre los 3 millones de pesetas (1958)³ y los 4,7 millones (1964)⁴, mientras que de una película en color está en los 4,6 millones (1956)⁵ y los 7,5 millones de pesetas (1964)⁶. Esto hace que se aprecie, en la valoración que la productora hace del presupuesto de una película, un incremento que se acerca al 35% en las películas nacionales y un 45% en las coproducciones, obligando a la Comisión «a imponer unos techos de protección

³ Esta cantidad se corresponde con 78 millones de pesetas de 1999 aproximadamente (468.789,44 €).

⁴ Ídem con 86 millones id. (516.880 €).

⁵ Ídem con 172 millones id. (1.033.740,80 €).

⁶ Ídem con 137 millones id. (823.386,60 €).

cuando los presupuestos de cada película han rebasado ciertos costes prudenciales en la realización» (Valle, 1966: 33-34).

Hay que recordar igualmente que en este periodo comienzan a llegar a España de manera continuada productores extranjeros, estadounidenses en su mayoría, porque encuentran un terreno muy adecuado para desarrollar sus proyectos al existir un elevado número de excelentes profesionales y disponer de buenos escenarios y, sobre todo, porque los bajos sueldos españoles resultan un aliciente muy atractivo. Las necesidades del mercado durante estos años no tiene nada que ver con el volumen de producción, que se incrementa notablemente debido a las modas que se imponen con cierto tipo de películas, especialmente los *spaghetti-western*, y con la fórmula de coproducción que se desarrolla desde 1951. En este sentido queda muy claro que el productor se preocupa en gran medida de cómo conseguir el dinero para sacar adelante su proyecto, pasando a un plano irrelevante su interés por la explotación de la película una vez finalizado su rodaje. En estos años ya son muchos los que piensan lo que Ramón del Valle planteaba en el siguiente texto: «Hasta la fecha, el Estado ha pugnado por el mantenimiento de una producción cinematográfica propia, pero nos preguntamos si, de acuerdo con los ingresos obtenidos por las películas españolas, es rentable el mantenimiento de una cinematografía propia» (Valle, 1966: 40).

Pero también se dan otros cambios sociales, más allá de los importantes movimientos migratorios internos, que tienen que ver con las nuevas formas de ocio –la consolidación de la televisión–, y que el ciudadano español va disponiendo de unos mínimos recursos económicos que le ayudarán a introducir en sus vidas nuevos alicientes y comodidades.

De acuerdo con las características mercantiles, la mayoría de las productoras españolas son empresas individuales, siguiendo las que tienen denominación de Sociedad Anónima, las Sociedades de Responsabilidad Limitada y las Cooperativas. Es significativo destacar que de entre las 201 productoras que actúan en el periodo 1955-1964, sólo 30 producen más de 8 películas; o lo que es lo mismo, producen 438 películas de las 832 que se realizan en dicho periodo (el 52,6% del total). Y si nos fijamos en la protección que han tenido estas empresas nos encontramos que esas 30 productoras reúnen 462 películas protegidas con una cuantía global de 750.050.139 de pesetas⁷. Entre 1957 y 1967, de las productoras inscritas en el registro de empresas cinematográficas 229 son físicas y 212 jurídicas, lo que refleja una gran actividad empresarial. Si anteriormente sentamos las bases de parte de la producción que se extiende desde la postguerra hasta el inicio del desarrollismo, vamos a seguir entrelazando las épocas centrándonos en la vida de algunos productores/productoras que destacan sobre los

⁷ Esa cuantía (periodo 1955-1964) se traduce en valor de 1999 en aproximadamente 1.875.125.348 pesetas (11.269.730,31 €).

demás. Debemos asumir que resulta difícil fragmentar la actividad y los resultados industriales de muchas de las empresas por cuanto su trayectoria perdura en el tiempo traspasando los límites que dicha temporalidad impone.

En este sentido podemos mencionar a Vicente Escrivá Soriano, director y guionista que entra en el mundo de la producción con Aspa Films, empresa que se especializará en temas religiosos, comedia y comedia sexy, aunque tendrá una dilatada proyección entre 1955 y 1983, con una producción continuada en el tiempo, especialmente en dos periodos, 1950-1962 y 1968-1980, produciendo en ellos 23 y 21 películas.

El que fuera importante director de cine durante varias décadas, Benito Perojo, funda su productora en 1952, fecha a partir de la cual desarrolla una intensa actividad hasta 1973, impulsando 65 películas, especialmente bajo la fórmula de coproducción. En este mismo sentido, Rafael Gil Álvarez, sobre quien se sustentó una parte del cine español de la década de 1940, decide separarse de Vicente Escrivá y Aspa Films para emprender su propio camino con Coral PC, empresa con la que a partir de 1957 y hasta 1977 realizará 28 películas a una media de dos por año, producciones que, como señala García de Dueñas, tenía pagadas por la filial española de Paramount (Borau, 1998: 411).

Y, por último, insistimos en la apuesta de personas físicas a la hora de montar su propia empresa. Edgar Neville y Santos Alcocer (1958) constituyen una productora con su nombre; José María Forn Costa funda Teide Films (1952); Eduardo Manzanos, Unión Films (1952) y se vincula también a Copercines; José María Elorrieta de Lacy, Universitas Films (1954); el actor Conrado San Martín pone en marcha Laurus Films (1954); la actriz Ana Mariscal, Bosco Films (1955); el director artístico Enrique Alarcón, Molino P. C. (1958), y José Gutiérrez Maeso, Tecisa (1959). Y son sólo un ejemplo. Además, junto a las ya mencionadas, están otras empresas que son productoras y distribuidoras a la vez con dos marcas diferentes: Hesperia Films (1950) está vinculada a Mercurio Films y Este Films a Mundial Films. También encontramos que son productoras y distribuidoras empresas como las de Casimiro Bori (C. B. Films), Arturo Marcos (Fénix), Floralva y Eos Films, entre otras varias.

II

El primer lustro de la década de 1960 es conflictivo social (político y religioso), económico y culturalmente. Las reformas emprendidas por Manuel Fraga Iribarne son las que afectarán directamente al mundo del cine. José María García Escudero se presenta como un hombre razonable, con los apoyos suficientes como para ser respetado desde su independencia. Sabiendo qué es lo que se cuece en el mundo del cine, decide apostar por una reforma que, si bien ya se había propuesto desde Salamanca (1955), quedó en el aire sostenido únicamente por un puñado de películas que confirmaban la necesidad que abrir el cine español a otras propuestas creativas, cuestión en la que se hace especial hincapié más allá de las meramente infraestructurales.

García Escudero, en sus planteamientos, se centra especialmente en «la nueva cara» del cine español, que será la que ofrezcan los jóvenes directores quienes, a su vez, tendrían que ser los más capacitados para dirigir películas con una imagen nueva, temas más cercanos a la realidad e interesantes para el público. Sin entrar en otros detalles, puesto que no son objeto de este texto, considero que, de una manera muy superficial, el director general echó al público especialmente las culpas de lo que estaba pasando con el cine español, cuando realmente quien era responsable de lo que se producía y estrenaba eran los productores/productoras, que tenían otros intereses muchos más atractivos en la financiación generada por las normas del Estado. El público demandaba películas y las que llegaban a las salas eran las fomentadas por las productoras, por lo cual poco podían hacer. Esta situación fue determinante para la aceptación de un cambio radical.

En estos años se aprecia una desorientación generalizada en el cine español —sería mejor llamarla confusión— debido a un complejo reglamento que se complica cada vez que se promulga una nueva normativa. Con aparente orden pero bastante desconcierto, los implicados en la industria cinematográfica tenían que interpretar o reinterpretar todo el aparato legal que se generaba casi anualmente. De ahí que se llegara a la Orden de 19 de agosto de 1964 (*BOE*, de 1 de septiembre) para el Desarrollo de la Cinematografía Nacional, acordada por la Comisión de Asuntos Económicos, a propuesta del Ministerio de Información y Turismo.

La protección económica consiste en conceder créditos y subvenciones (art. 6). El crédito lo administrará el Banco de Crédito Industrial y podrá concederse, además de a otros industriales, a los productores de una o más películas españolas (art. 9), y su cuantía no podrá superar el 50% del presupuesto de la película, exigiendo las garantías correspondientes y el plazo de amortización (art. 14). En cuanto a la subvención, ésta se concederá a los productores por la realización de sus películas (art. 16) y será en metálico, equivalente al 15% de los ingresos brutos en taquilla y, teniendo en cuenta las disponibilidades del fondo de Protección, otra complementaria en proporción a esos ingresos brutos obtenidos por su película, sin que esa subvención supere por tal concepto el 50% (art. 17). También tendrá el productor una subvención en metálico por la difusión real de su película en el extranjero, su participación en festivales y premios obtenidos; la cantidad se fijará anualmente (art. 18). Esta protección económica se mantiene durante los seis años siguientes a la autorización de exhibición de la película. Las coproducciones disfrutarán de la misma protección y se atenderá al nivel de participación de los productores. También se establece la concesión de un anticipo sin interés, con cargo al Fondo de Protección a la Cinematografía, de un millón de pesetas⁸, que deberá

⁸ Esta cantidad se corresponde con 18.300.000 pesetas del año 1999 (109.985,21 €).

amortizarse con cargo al importe total de la protección económica (art. 23), y no se concederá dicho anticipo a los proyectos que no ofrezcan garantías mínimas de rentabilidad y a los productores que tengan pendiente de pago la amortización de los plazos de un anticipo anterior (art. 24) —aquí queda reflejada la inhabilitación del productor para obtener nuevos anticipos—. Las películas de Interés Especial tendrán: un tratamiento especial a efectos del crédito a plazo medio, régimen especial de anticipos y valoración doble a efectos de protección económica, distribución y cuota de pantalla (art. 34). Los casos excepcionales serán valorados por un jurado especial (art. 38) y ningún miembro del mismo podrá tener interés directo o indirecto en la película que opte a los beneficios correspondientes (art. 40).

Con este entramado normativo, García Escudero buscaba dar al cine español el prestigio que necesitaba, elevando para ello su nivel creativo y fortaleciendo, paralelamente, la cultura cinematográfica con el objeto de formar al «nuevo» espectador. Además de consolidar el cine en el mercado interior también pretendía proyectarlo hacia el exterior, con un número suficiente de películas que pudieran mostrarse en los festivales más importantes del mundo y ser estrenadas en todos los países.

Desde el punto de vista de la producción se debe concretar qué es lo que sucede ante la situación que se establece con la aplicación de la nueva normativa. Sin duda, el sector está anclado en las estructuras individuales que antes se han mencionado. Existen algunas nuevas de las que hablaremos, pero básicamente la mayoría pueden ser más conocidas, aunque requieran de estudios particulares para acercarnos mucho mejor al detalle.

Si la primera película de Luis G. Berlanga y Juan Antonio Bardem fue impulsada por la empresa Industrias Cinematográficas Altamira, las dos siguientes de Berlanga tuvieron vida gracias a Unión Industrial Cinematográfica (UNINCI) y Benito Perojo P. C./CEA, y Bardem obtuvo el respaldo de Unión Films (Eduardo Manzanos) y Exclusivas Floralva. En los casos de Altamira y Uninci sabemos de las vinculaciones internas que tenían aquellos que formaban el grupo promotor y nos remitimos al excelente trabajo de Alicia Salvador (Salvador, 2006).

Podemos asimismo comprobar quién se encarga de la producción de las películas de los directores que surgieron tras las Conversaciones de Salamanca (1955) para entender mejor la situación de cambio que se quiere impulsar y con quién se cuenta desde la Dirección General de Cinematografía, aunque algunos no fueran promesas salidas del Instituto de Investigaciones y Experiencias Cinematográficas (1947) ni de la Escuela Oficial de Cinematografía (1962), nuevo nombre para un centro que quiere situarse al nivel de los existentes en otros países.

Para centrar nuestro estudio elaboramos un repertorio con las primeras películas de ficción firmadas por un variopinto grupo de directores —que se puede ampliar, sin duda, a todos los que faltan— y comprobamos qué productoras están tras el trabajo de cada uno (y en los casos de coproducción reflejamos sólo la empresa española). Pode-

mos hablar de un grupo generacional, pero también podemos apreciar cómo la transición que proponía García Escudero resultaba altamente difícil atendiendo al volumen de películas que pretendían abrir nuevas vías narrativas y temáticas y aquellas otras que siguen la estela de una producción anterior.

Año	Director	Película	Productora
1958	Marco Ferreri/Isidoro M. Ferry	<i>El pisito</i>	Isidro Martínez Velazferri
1959	Mariano Ozores	<i>Las dos y media y veneno</i>	Cinematográfica Hispánica
1959	Carlos Saura	<i>Los golfos</i>	Pedro Portabella Raffols
1961	José María Nunes	<i>No dispares contra mí</i>	Enrique Esteban Delgado
1962	Julio Diamante	<i>Los que no fuimos a la guerra</i>	Saroya Films
1962	Jordi Grau	<i>Noche de verano</i>	Productores C. Unidos
1963	Francisco Regueiro	<i>El buen amor</i>	Jet Films
1963	José Luis Borau	<i>Brandy</i>	Coop. C. Fénix
1963	Antonio Mercero	<i>Se necesita chico</i>	Productores C. Unidos
1963	Manuel Summers	<i>Del rosa... al amarillo</i>	Eco Films/Impala
1964	Jaime Camino	<i>Los felices sesenta</i>	Tibidabo Films
1964	Mario Camus	<i>Los farsantes</i>	IFI Producciones
1964	Antxon Eceiza	<i>El próximo otoño</i>	Buch San Juan
1964	Germán Lorente	<i>Donde tú estés</i>	Fidel Osete
1964	Vicente Aranda/R. Gubern	<i>Brillante porvenir</i>	Buch San Juan
1964	Miguel Picazo	<i>La tía Tula</i>	Eco Films/Surco Films
1965	Javier Aguirre	<i>España insólita</i>	Europea Cinematográfica
1965	Basilio Martín Patino	<i>Nueve cartas a Berta</i>	Eco Films
1967	Angelino Fons	<i>La busca</i>	Surco Films
1967	Antonio Giménez Rico	<i>Mañana de domingo</i>	Eduardo de la Fuente
1967	Raúl Peña	<i>Los amores difíciles</i>	Coop. C. Jaizkibel
1967	Jacinto Esteva/Joaquín Jordá	<i>Dante no es únicamente severo</i>	Jacinto Esteva Grewe
1967	Antonio Ribas	<i>Las salvajes en Puente San Gil</i>	Montornes Films
1968	Antonio Artero	<i>El tesoro del capitán Tornado</i>	Jaizkibel/José Ortiz Segura
1968	Carles Durán	<i>Cada vez que...</i>	Jacinto Esteva Grewe
1968	Pere Portabella	<i>Nocturno 29</i>	Pedro Portabella Raffols
1968	Gonzalo Suárez	<i>Ditirambo</i>	Gonzalo Suárez Morillo
1969	Pedro Olea	<i>Días de viejo color</i>	Nova Cinematográfica
1969	Jaime de Armiñán	<i>Carola de día, Carola de noche</i>	Manuel J. Goyanes
1969	Narciso Ibáñez Serrador	<i>La residencia</i>	Anabel Films
1969	Iván Zulueta	<i>Un, dos, tres, al escondite inglés</i>	José Luis Borau Moradell

Elaboración propia.

Sobre la rentabilidad de estas películas, y según los datos del ICAA, se obtiene una radiografía que también es reflejo de lo anteriormente dicho. El espectador de la época no se dejaba atrapar por lo que oía en determinados círculos y, frente a la novedad, decide volcarse mucho más en los títulos que, entendía, se ajustaban mejor al entretenimiento que iba a buscar en la sala de cine. En cualquier caso, pueden servir

de referencia las películas que superan el millón de espectadores para entender cuáles eran los problemas básicos que impedían el desarrollo cinematográfico que buscaba García Escudero (a partir de 1964):

Año	Director	Película	Espectadores (*)
1969	Narciso Ibáñez Serrador	<i>La residencia</i>	2.924.805
1974	Tomás Aznar	<i>El libro de buen amor</i>	2.335.580
1977	José Luis Garci	<i>Asignatura pendiente</i>	2.305.924
1971	Claudio Guerin	<i>La casa de las palomas</i>	2.240.296
1977	Juan Piquer	<i>Viaje al centro de la Tierra</i>	1.891.069
1974	Antonio Drove	<i>Tocata y fuga de Lolita</i>	1.754.259
1971	Pedro Masó	<i>Las Ibéricas F. C.</i>	1.497.019
1969	Alfonso Paso	<i>No somos ni Romeo ni Julieta</i>	1.327.876
1965	Rafael Romero-Marchent	<i>El ocaso de un pistolero</i>	1.247.904
1976	Pilar Miró	<i>La petición</i>	1.239.648
1965	Fernando Merino	<i>Lola, espejo oscuro</i>	1.236.726
1970	Roberto Bodegas	<i>Españolas en París</i>	1.233.481
1975	Gonzalo García Pelayo	<i>Manuela</i>	1.220.743
1969	Jaime de Armiñán	<i>Carola de día, Carola de noche</i>	1.021.262

Elaboración propia. (*) Datos recogidos de la base del ICAA (1-2-07).

Si a partir de estos años ya hay que tener en cuenta a nuevos directores, desde la producción el sector continúa más o menos asentado en firmas conocidas. Aunque los trabajos recogidos anteriormente tienen que ver con la nueva situación productivo-creativa, hay que referirse a la apuesta empresarial que se consolida sobre las llamadas empresas individuales, la mayoría con el nombre del director o de otro director que desempeña las funciones de productor. Hablamos, a modo de ejemplo, de Pedro Portabella, José Luis Borau, José María Forn, Jacinto Esteva, Gonzalo Suárez, Jaime Chávarri o Paulino Viota. Las personas jurídicas más relevantes en este periodo, sobre todo teniendo en cuenta la máxima de García Escudero de arropar a nuevos directores, pueden ser, entre otros, Ágata Films (que está detrás de las películas de Fernando Merino, Roberto Bodegas, Antonio Drove), Eco Films (que apoya a Manuel Summers, Miguel Picazo, Basilio Martín Patino) y Elías Querejeta (que impulsa a Víctor Erice, Manuel Gutiérrez Aragón, Emilio Martínez Lázaro).

En esa complementariedad que siempre ha necesitado el cine español, en donde creemos hay que defender por encima de todo la existencia de variedad de líneas creativas y productivas, hay que destacar la continuidad, tras la norma de 1964, de otras firmas como Cooperativa Cine España (Copercines), fundada por David Moreno en 1955, Arturo González-Regia Films (Arturo González Rodríguez, 1958) y Pedro Masó (1957), Ízaro Films (José María Reyzábal, 1956), Kalender Films (Antonio Cuevas Puente, 1965), José Frade (1964), Impala (José Antonio Sainz de

Vicuña, 1963) e In-Cine Compañía Industrial Cinematográfica (José Antonio Sainz de Vicuña, Alfredo Matas). En manos de éstas y otras productoras se mantendrá del cine español a lo largo de la transición política que vivirá España entre 1970 y 1980, encontrando quizás algún caso singular como el de Emiliano Piedra, que entre 1963 y 1990 produce 14 películas y dos series para televisión.

DE LA TRANSICIÓN A LA DEMOCRACIA

Los cambios políticos que se producen tras la muerte de Franco dan pie a una serie de medidas en materia cinematográfica que tienen que ver, básicamente, con la anulación de aquellas normas que coartaban la libertad de creación.

No obstante, desde el inicio de la década de 1970 se asiste a una crisis de la industria de producción derivada de la falta de recursos del Fondo de Protección a la Cinematografía, que no es capaz de retribuir a los productores con lo que les corresponde, situación que se intenta solucionar con la reducción de la subvención por ingresos de taquilla (que será de carácter variable en función de cómo se encuentre el Fondo, hasta que se vuelva al 15% dos años más tarde) y el establecimiento de la cuota de pantalla en el tres por uno (1971) (García Fernández: 1992, 9).

Los problemas políticos del país no dejan el margen necesario para que desde el Ministerio de Información y Turismo se preocupen especialmente del cine. En este sentido hay que esperar hasta la aparición del Real Decreto 3071/1977, de 11 de noviembre (*BOE*, 1-XII-1977), por el que se especifica que la cinematografía «ha de estar acorde con el pluralismo democrático».

El Ministerio, ya denominado de Cultura, recoge básicamente en este Real Decreto normas que tienen que ver con el rodaje de películas (sólo se «notifica» el rodaje), el subtítulo y doblaje de películas extranjeras, la comisión de visado, clasificación de películas, las salas especiales y todo tipo de manifestaciones cinematográficas. La protección (subvención) se vincula al 15% que percibirá de los ingresos brutos la película durante los cinco primeros años de vida comercial. Si esa cantidad excede los diez millones, el productor deberá acreditar haber reinvertido el excedente en nuevas películas. Como complemento a esta decisión objetiva hay otra subjetiva que tiene que ver con las categorías de «especial calidad» y «especial para menores», proyectos que recibirán un premio (subvención especial), igual para todas y que no podrá exceder del presupuesto de producción de la película, a repartir entre la empresa productora y el equipo técnico-artístico. Aquí se establece la disputa sobre la idea que se propone desde el Ministerio de Cultura de generar industria. Por un lado, el productor está obligado a reinvertir su parte en otros proyectos, mientras que el resto del equipo no tiene obligación de hacer lo mismo, generando un desequilibrio económico importante, pues parte del dinero proveniente del Fondo de Protección se va a bolsillos

particulares. Para terminar, debemos referirnos a la ausencia en este Real Decreto de una norma reguladora de la distribución, sector que queda liberado de tener películas españolas en sus listas, hecho que produce un doble problema: por un lado, ya no tiene por qué implicarse en la producción (con el adelanto de distribución); por otro, los exhibidores tienen la obligación de dedicar veinte días al año para programar películas españolas.

40

Ramiro Gómez realiza un detallado análisis del sector de producción entre los años 1976 y 1986, de cómo se reorganizaron ante la desaparición del «sindicato vertical» en una serie de asociaciones, cómo mantuvieron el pulso con otros sectores ante la necesidad de una nueva normativa. En el fondo se respiraba:

La preocupación real por el mercado, por el control de la recaudación, por el fraude de taquilla [...] La industria del cine español no tiene cifras, ni aun oficiales, en sus primeros sesenta y nueve años de vida (1896-1965). Es una de las pocas industrias en las que no es posible hacer una investigación económica ponderada y reflexiva por la escasez de datos básicos. ¿Qué relación guarda la inversión con el beneficio? ¿Porcentaje y plazos de amortización? La industria de la producción no trabaja sobre bases económicamente reales y se maneja en un mar de azar, a la espera que la película guste o disponga de mucha protección (Gómez: 1989, 33-57).

Aunque una Orden del Ministerio de Economía y Comercio de 9 de junio de 1981 (BOE, 23-VI-1981) planteaba una revolución en la concesión de créditos (centrada en el proyecto presentado), con lo que se daba fin a la utilización de dichos créditos para otros fines (el pago de deudas) (Gómez: 1989, 87), después llegaría el Real Decreto 3.304/1983, de 28 de diciembre, sobre protección a la cinematografía española. Las medidas de fomento serán «de ayuda a la financiación de películas, subvenciones y cuotas de distribución y de pantalla». La subvención anticipada podrá alcanzar el 50% del coste presupuestado y se concederá atendiendo a su calidad, a si es un proyecto de nuevo realizador, si está dirigido al público infantil, si es de carácter experimental y si los anteriores proyectos de la productora han sido rentables (y es a fondo perdido). Se mantiene al mismo tiempo el 15% de los rendimientos brutos de taquilla (durante los cuatro primeros años), y si la película es de «especial calidad» percibirá una subvención complementaria equivalente al 25% de los rendimientos brutos de taquilla (también durante los cuatro primeros años de explotación) –se elimina el premio que antes repartían productor y equipo técnico-artístico. Si el productor acredita que el coste de su película supera los 55 millones de pesetas⁹ percibirán una subvención adicional (en el que tiene que ver el porcentaje de subvención y el coste de producción).

⁹ Que serían 128.975.000 pesetas de 1999 (775.155,36 €).

Entre las consecuencias que proyecta sobre la industria cinematográfica la aplicación del «Decreto Miró» se destacan:

[...] la escasa recuperación de lo anticipado. [...] La cuestión más importante y que mayor impacto ha tenido sobre la industria de producción de películas españolas es la fuerte inflación de los costes. Producida al calor del «dinero fácil» que concedía el Ministerio y ante la posibilidad de hacer las películas con dinero del Estado únicamente, bien por dejar a deber todo aquello que superase en el presupuesto la cantidad recibida como subvención o bien por la inflación desmesurada y fraudulenta de los presupuestos. [...] La llamada del «dinero fácil» ha (generado) una fiebre de creación de empresas tanto en forma de personas físicas como jurídicas. Porque todo aquel que solicite una subvención anticipada, ha de hacerlo a través de una empresa productora debidamente registrada (Gómez, 1989: 126-28).

Las productoras fueron en su mayoría nominales, es decir, de persona física. Las actuaciones de las diversas comisiones y subcomisiones dejaron al descubierto el mal endémico del cine español: el proteccionismo y la reinterpretación de las normas por parte de los implicados en la industria. No se consigue la recapitalización de las empresas productoras porque, en gran medida, se sostienen en la escasez de recursos propios.

El Real Decreto 1282/1989, de 28 de agosto (*BOE*, 28-X-1989), de ayudas a la cinematografía, conocido como el «decreto Semprun», planta cara a algunas cuestiones del decreto Miró. En las ayudas para la amortización insiste en la subvención (15% de los ingresos brutos de taquilla durante los dos primeros años de exhibición) y reconoce que los productores que hayan producido sin ayuda sobre proyecto podrán percibir una subvención complementaria (25% de ingresos brutos en taquilla). También se recogen las ayudas sobre proyecto que se establecerán en orden ministerial –en atención a su calidad y valor artístico, presupuesto y adecuación al proyecto y plan de financiación de la película–, así como las ayudas a nuevos realizadores. Se destaca la solvencia del productor y el grado de actividad en los últimos cinco años. La subvención no podrá exceder la inversión del productor, ni la cantidad de 50 millones por película¹⁰ (aunque se apuntan excepciones). Las películas de «especial calidad» podrán ser beneficiarias de una ayuda complementaria de 15 millones de pesetas¹¹. Se contemplan ayudas a la creación de guiones y otras para la participación en manifestaciones cinematográficas que se celebren en España.

El ministro Jorge Semprun busca que la producción repercuta en la consolidación industrial: a partir de un productor que certifique su actividad en los últimos años,

¹⁰ Unos 75.500.000 pesetas de 1999 (453.764,13 €).

¹¹ Unos 22.650.000 pesetas de 1999 (136.129,24 €).

además de fomentar el crédito bancario, establecer deducciones fiscales y animar a la inversión privada.

La política de subvenciones impulsada por Pilar Miró y Jorge Semprun provoca una situación alarmante en la producción de cine en España, porque se transita de la defensa del director como figura clave de la obra cinematográfica a la del productor como pilar indiscutible de la industria. Resultaba muy fácil producir aunque los resultados de explotación de la película fueran negativos. No se penalizaba al productor, pues hay numerosos casos en los que no se impide que tras un fracaso se sucedan otros más.

La sucesión de normativas cinematográficas pretendía solucionar los problemas existentes, aunque las protestas de los profesionales se centraban en poder mantener la «dependencia» del Estado. El Real Decreto de Protección y Fomento de la Cinematografía (Ley 17/1994, de 8 de junio) se detiene básicamente en las ayudas al interés especial y a los nuevos realizadores. Se centraba la normativa en el rendimiento de taquilla y se ajustaban la cuota de pantalla (tres por uno) y las licencias de doblaje.

El Real Decreto 81/1997, de 24 de enero, fue –junto con el 1039/1997, de 27 de junio, por el que se refunde y armoniza la normativa de promoción y estímulos a la cinematografía– el punto de partida en materia cinematográfica del gobierno del Partido Popular. A la hora de «modernizar» la legislación cinematográfica se busca la incorporación de nuevos talentos y se eliminan las ayudas sobre proyecto, además de incentivar el desarrollo de guiones «base de un cine de calidad y competitivo». Se fijan medidas para promover la distribución y circulación de obras de calidad producidas, tanto en España como internacionalmente, así como la participación y organización de festivales.

Para terminar esta revisión de la normativa (a la que podríamos añadir las aparecidas entre 2002 y 2006) podemos decir que se suceden normas que dan vueltas a los mismos conceptos, se plantean problemas por parte de las asociaciones y federaciones de profesionales implicados en la industria cinematográfica (audiovisual) que van buscando soluciones administrativas que les permitan seguir en donde están. Las relaciones con los canales de televisión existentes –primero con TVE, después con las autonómicas, privadas y con las plataformas digitales– han generado otras dependencias económicas que situaron al sector de producción cinematográfica en una realidad artificial que le permitió sobrevivir, pero que pendía cual espada de Damocles sobre el sector. A lo largo de la década de 1980 se aprecia un descenso en la producción y coproducción de películas en España. El ajuste de las medidas recogidas en las nuevas normas influyen de manera especial en un sector de la producción que reduce drásticamente el volumen de trabajo al verse rechazado desde el Ministerio de Cultura.

En el análisis de la dimensión de las empresas de producción se constata de nuevo que más del 75% de las mismas sólo participan en una película, en torno al 18% se mueven entre las dos-cuatro y un pequeño 7% se implican en más de cinco proyectos.

Madrid y Barcelona concentran el mayor número de empresas, aunque existen algunas muy activas en otras comunidades autónomas.

Atendiendo a algunas de las firmas más activas y representativas de las variadas líneas de producción que se aprecian tras el cierre del periodo franquista, nos encontramos con José Luis Bermúdez de Castro (Bermúdez de Castro P. C.), Andrés Vicente Gómez Montero (Lola Films, Iberoamericana), José Luis Garci (Nikel Odeon, Nikel Odeon 2), Fernando Colomo y un grupo de amigos (La Salamandra), que nos pueden servir de referencia. No obstante, el periodo permite otra lectura, y tiene que ver con los directores que van llegando a la industria española. ¿Quién está detrás de la primera película de directores como Pedro Almodóvar, Fernando Trueba, José Luis Cuerda, Montxo Armendáriz, Enrique Urbizu, Itziar Bollaín o Alejandro Amenábar? En el último tramo de nuestro estudio encontramos la actividad de Gerardo Herrero (Tornasol), Eduardo Campoy (Cartel/Creativos Asociados de Radio y Televisión), Fernando Colomo y Enrique Cerezo, con nombre propio, Sogetel y Sogecine empresas vinculadas al grupo de comunicación Prisa, César Benítez (Cristal Producciones Cinematográficas, BocaBoca), y Julio Fernández (Filmmax, Castelao). Una muestra variada, pero representativa.

En esta última época debemos hablar de El Deseo, la productora fundada por Pedro y Agustín Almodóvar que, además de producir las películas del primero, produce y coproduce otras ajenas. Entre 1987 y 2006 han desarrollado 26 películas y dos documentales; cinco de sus películas propias se sitúan entre las más vistas del cine español. Tampoco se puede olvidar a Santiago Segura (Amiguetes Entertainment), que a partir del éxito obtenido con la primera entrega de *Torrente*, que le produjo Rocabruno (Andrés Vicente Gómez), lleva producidas ocho películas, entre las propias y ajenas, y tiene cinco películas destacadas entre las más vistas por espectadores en el mercado español.

El éxito de la producción en los últimos años está basado en películas firmadas por un puñado de directores, destacando muy por arriba Alejandro Amenábar, Santiago Segura, Pedro Almodóvar, Fernando Trueba, Alex de la Iglesia, Vicente Aranda, Fernando León de Aranoa y Javier Fesser. Sin duda son nombres, en especial los primeros, sobre los que se puede apostar, aunque la situación ha llevado a que sean ellos mismos los que pongan en marcha sus propios proyectos y controlen al máximo la rentabilidad del negocio.

SOBRE LA FIGURA DEL PRODUCTOR ESPAÑOL

Dejando a un lado las valoraciones creativas de cada uno de los productores/productoras comentadas, ya que no es objeto de estas líneas, parece que a lo largo del tiempo nada, o casi nada, ha cambiado en el sector.

El profesional de la producción se ha desdibujado en la inestable industria de cine española. No sabemos qué fue lo que generó la situación que se ha vivido a lo largo de los años. Estamos ante un perfil indescriptible por cuanto, cuando ha dependido de sus propios recursos, no estaba el mercado al nivel necesario como para abordar la producción de una o varias películas con la creencia –y seguridad– de una rentabilidad a plazo medio (tres-cinco años). Cuando el Estado asume el control de la «industria» se abre una puerta que, *a priori*, parece garantizar la continuidad del profesional de la producción. No obstante, las circunstancias ambientales –políticas e industriales– dieron origen a un personaje aventurero que se protegía al máximo a la hora de diseñar su viaje empresarial. Los recursos ajenos se convirtieron en la piedra angular en el desarrollo de la profesión, y todo ello más allá de un régimen determinado.

Cuando se dan demasiadas facilidades para el desarrollo de un sector industrial, la motivación deja de ser un valor para hacer bien las cosas, para elaborar a la perfección el producto que se tiene entre manos y se va a lanzar al mercado. El eco de algunas películas ha hecho crecer el mercado, muchas veces de manera artificial. El productor al hilo de ciertos resultados se ha envalentonado y afrontado proyectos que le permitan medrar pero que no aportan una imagen relevante. Aunque sumido en el desconcierto emanado de su propia actuación, no fue impedimento para que continuara ejerciendo su profesión como si su presencia resultara imprescindible para sostener la industria.

Pensamos que fruto de la insolvencia de la mayoría de los protagonistas del sector, de la especulación y la picaresca que le ha dominado, el productor no ha podido existir, crecer, madurar o demostrar una personalidad solvente. Lejos de atribuirse el protagonismo que le corresponde, ha sabido vivir a la sombra de un árbol protector que le ha dado cobijo a lo largo de setenta años.

Se hace necesaria y obligada una reflexión en profundidad, saber que las carencias están en el propio sector: que la dependencia estatal no debe existir como tal, que el mercado hay que desarrollarlo y que se deben potenciar con realismo los proyectos más adecuados, maduros y solventes que exige un mercado cada vez más complejo. El problema final es que el productor se encuentra en la encrucijada de un mercado en lento e imparable retraimiento, debido a la existencia de nuevas ventanas de comercialización, una competencia muy fuerte y, sobre todo, con un cliente que demanda otro tipo de consumo.

No podemos decir otra cosa que el sector de producción de cine en España ha sido y es complejo, pero que se necesita profundizar en él para entender el porqué de su inestabilidad. Sólo nos queda tener el ánimo suficiente para que los nuevos investigadores decidan entrar en estos territorios con el fin de dar luz sobre un sector poco permeable. ¿Será su opacidad un síntoma de sus males?

BIBLIOGRAFÍA Y HEMEROGRAFÍA

- Álvarez Mozoncillo, J. M. (1993), *La industria cinematográfica en España (1980-1991)*, Madrid, Ministerio de Cultura.
- Boletín Informativo. Películas. Recaudaciones. Espectadores*, Madrid, Ministerio de Cultura. 1986-2005.
- Borau, J. L. (dir.) (1998), *Diccionario del cine español*, Alianza Editorial/Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España/Fundación Autor.
- Comas, A. (2003), *Ignacio F. Iquino, hombre de cine*, Barcelona, Laertes.
- Cuevas, A. (1999), *Economía cinematográfica. La producción y el comercio de películas*, Madrid, Imaginógrafo.
- Dadek, W. (1962), *Economía cinematográfica*, Madrid, Rialp.
- Datos informativos cinematográficos. Años 1965-1976* (1977), Madrid, Ministerio de Cultura.
- Datos estadísticos. Cinematografía (1976-1985)*, Madrid, Ministerio de Cultura.
- Disposiciones. Normativa vigente en materia cinematográfica* (1974), Madrid, Ministerio de Información y Turismo.
- Durán, J. A. (2003), *Cesáreo González. El empresario-espectáculo*, Diputación Provincial de Pontevedra/Taller de Ediciones.
- Estudio del mercado cinematográfico español (1964-1967)* (1968), Madrid, Ministerio de Información y Turismo.
- Fanés, F. (1982), *Cifesa, la antorcha de los éxitos*, Valencia, Institución Alfonso el Magnánimo.
- García Fernández, E. C. (1985), *Historia ilustrada del cine español*, Madrid, Planeta.
- (1990), «Aproximación a la obra de Cesáreo González productor cinematográfico», en VV. AA., *Hora actual del cine de las autonomías del Estado Español. II Encuentro de AEHC*, San Sebastián, Filmoteca Vasca.
- (1992), *El cine español contemporáneo*, Barcelona, Cileh.
- (2002), *El cine español entre 1986 y 1939. Historia, industria, filmografía y documentos*. Barcelona, Ariel.
- (2003), «Cesáreo González, el hombre que paseó por el mundo al cine español», AGR, n.º 19. Otoño.
- (2006), «Las estrellas de Cesáreo González», AGR, n.º 32. Invierno.
- García de Dueñas, J. (2003), *José G. Maeso, el número 1*, Badajoz, Diputación de Badajoz.
- y Gorostiza, J. (2001), *Los estudios cinematográficos españoles*, Madrid, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.
- Gómez B. de Castro, R. (1989), *La producción cinematográfica española. De la transición a la democracia (1976-1986)*, Bilbao, Mensajero.

- Hopewell, J. (1991), *Producción cinematográfica y televisiva: financiación y comercialización*, Madrid, IMADE/MEDIA/UIMP.
- López García, V. (1972), *Chequeo al cine español*, Madrid, Talleres Gráficos Casaló.
- Martín Proharám, M. A., y Cuevas Puente, A. (1955), *La industria de producción de películas en España*, Madrid, Secretaría General Técnica del Ministerio de Industria.
- Martínez, J. (1992), *Los primeros veinticinco años de cine en Madrid. 1896-1920*, Madrid. FilMOTECA Española.
- Normas para el desarrollo de la cinematografía nacional*, Madrid, Dirección General de Cinematografía y Teatro. 1965.
- Ozores, M. (2002), *Respetable público, Cómo hice casi cien películas*, Barcelona, Planeta.
- Ramírez, L. A. (1996), *Nuevos caminos de la producción cinematográfica en España*, Madrid, XXVI Festival de Cine de Alcalá de Henares.
- Rodríguez Fuentes, C. (2002), *Las actrices en el cine español de los cuarenta*, Málaga, Caligrama. [El capítulo I es un texto original de Emilio C. García Fernández, publicado con permiso por la autora.]
- Salazar López, J. M. (1966), *Diccionario legislativo de cinematografía y teatro*, Madrid, Editora Nacional.
- Salvador Marañón, A. (2006), *De ¡Bienvenido, Mr. Marshall! a Viridiana. Historia de UNINCI: una productora cinematográfica española bajo el franquismo*, Madrid, EGEDA.
- Textos legales. Cinematografía*, Madrid, Ministerio de Cultura, Secretaría General Técnica. Sf.
- Valle Fernández, R. del (1963), *Anuario español de cinematografía*, Madrid, Sindicato Nacional del Espectáculo.
- (1966), *Aspectos económicos del cine español*, Madrid, Ediciones y Publicaciones Populares, Servicio Sindical de Estadística.

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):

48

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 Eliah 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.

Materia oscura¹

JULIO PÉREZ PERUCHA

Presidente de la AEHC

Muy buenas tardes; tengan ustedes por seguro que después de mi exposición la materia oscura seguirá igual de oscura. Es muy alentadora la perspectiva, pero, como dicen los gallegos, es lo que hay. Varios preliminares para que se sepa por dónde vamos. ¿Qué es esto de materia oscura? Como ustedes saben, el universo es muy grande y hay ciertas zonas que también se conocen como agujeros negros donde no se sabe qué pasa ni qué ocurre. Y se les suele llamar zonas de materia oscura que a su vez generan energía oscura. ¿Por qué es materia oscura y energía oscura? Pues por la sencilla razón de que no se sabe qué pasa, no se sabe qué hay, no se puede medir nada, pero resulta que, desde que mandan telescopios y satélites al centro de la galaxia, al menos –porque estos agujeros negros están fuera de la galaxia, están lejísimos– empiezan a darse cuenta de que ahí pasa algo. Los astrónomos dicen que porque se crean ciertos efectos y porque esa zona de materia oscura, y la energía oscura que suscita a su vez, provoca unas huellas, fundamentalmente electromagnéticas, que pueden ser registradas por aparatos. Pero no se sabe lo que esos aparatos registran ni a qué pautas corresponden, ni qué los suscita, ni cuál es su evolución, ni sus razones, ni dónde van ni de dónde vienen. Es decir, el enigma del universo, por tanto, materia oscura.

¹ Transcripción «literal» a partir de la exposición oral del ponente.

¿Qué nos reúne aquí? Pues que estamos hablando de producción y de productoras, y al hablar de producción y productoras también conviene alguna matización. Como ya expuso por boca ajena Ramiro Gómez Bermúdez de Castro ayer, por producción, por productor, por productora, a veces se entienden cosas que no son las mismas. Tan productor es el productor ejecutivo, el que diseña o gestiona el desarrollo de una película en función de lo que una empresa le encarga, como el que organiza una empresa productora y monta y acopia, o como el financiador. Evidentemente aquí vamos a hablar de producción, vamos a hablar de producción en tanto que empresas, que son las responsables de una serie de objetos, las películas que conforman el cine español; objetos siempre escurridizos, en ocasiones malos objetos, de los que las responsables son estas empresas.

Lo primero que hay que preguntarse, y algunos llevamos años, por no decir décadas, preguntándonos, es justo lo que generalmente no se consulta nunca porque es una pregunta de difícil respuesta o de ausencia de respuesta, es decir, materia oscura. Pero la cuestión es: estas empresas, ¿cómo se financian? En primer lugar, de dónde viene el capital. En segundo lugar, cómo sus productos se amortizan. En tercer lugar, cómo se gestiona el posible déficit empresarial y al mismo tiempo la capitalización empresarial para seguir promocionando, etc.

Y el peor problema es que de esto no sabemos nada, y es muy difícil averiguarlo. Es posible que ahora mismo, hoy por hoy, y aunque yo lo ignoro, almacenado con beneméritos esfuerzos de Miritto Torreiro y Esteve Riambau, podamos saber algo más, pero, si sabemos algo más, subrayo lo de beneméritos esfuerzos porque es prácticamente un esfuerzo de chinos meterse en la materia oscura. Y ustedes se preguntarán a santo de qué tanto preguntarse de dónde sacará un empresario privado su dinero y cómo amortiza. Pues viene a cuento de lo siguiente: por una parte, porque desde hace mucho tiempo se sostiene, de manera muy interesada, que como estamos en un mundo lleno de subvenciones y aparentemente en una democracia, la producción contemporánea es un mundo transparente, normal, por oposición a las formas que había de producir entre el año 39 y el año 76 bajo la época franquista; pero lo cierto es que te da la impresión de que el sistema es el mismo y la materia es igual de oscura antes que después. No es oscura en los años veinte, pero había muy poca producción; y tampoco es tan oscurecida en los años treinta, fundamentalmente entre los años 34 y el 36, porque allí el Estado no entraba mucho en el asunto. Son periodos totalmente efímeros... Esto por una parte.

Por otra parte, considerando que desde el año... prácticamente 41 o 42, no me acuerdo exactamente de la fecha... hay muchísimo dinero público en las productoras españolas, dinero que sale del bolsillo de todos ustedes en algunos casos y en otros casos del bolsillo de sus padres, tíos, abuelos, vecinos, primos, etc.; dinero que sale de nuestro bolsillo, nos podemos preguntar qué pasa exactamente con ese dinero que estamos poniendo y del que no sabemos nada de nada ni nadie explica nada; simple-

mente nos encontramos en el dominio casi de lo mágico. Hay unas empresas y *plaf*, de repente hay unas películas que vemos o no vemos. Esto por otra parte es lo que conduce al hecho de que haya un cierto retraso de los estudios sobre historiografía del cine español porque, como lo que sí es evidente es que hay empresas que tienen una calle y una oficina, lo que sí se ven son los productos, que son las películas. Hay una primera fase que es la fase de los críticos, gacetilleros o publicitarios, que son la última fase de la comercialización de la película. Y cuando no hablan según conviene, el periódico se ve asfixiado cuando no expulsado discretamente de su propia plataforma; creo que aquí hay un ejemplo reciente.

Por otra parte, cuando ya se desarrolla un poco el arte de analizar las películas, nos encontramos con que hay unos prolijos trabajos de análisis textuales, que llamamos algunos, sobre las películas pero que son como objetos, que está bien. A veces a mí me da la impresión, viendo el trabajo que algunos de nosotros hacemos sobre las películas, que me veo a mí mismo, como en aquella famosa secuencia de 2001, y que de repente hay un monolito ahí puesto, el objeto film está, y una serie de seres humanos o monos que dicen, ¡andá lo que hay ahí!; en fin, vamos a analizarlo, hacemos la taxonomía, los efectos... que no sabemos de dónde vienen ni por qué ni cuándo van a desaparecer y se van a ir a otra dimensión.

Sin embargo, tampoco sabemos mucho cuáles son los efectos, pese a los denodados esfuerzos que algunos colegas despliegan por averiguar, digamos, lo que se llama recepción. La recepción... no tenemos ni idea de la recepción de las películas, y como mucho tenemos alguna idea de lo que los críticos dijeron. Pero en fin, como este material es, queramos o no, se hace, existe... insisto en que convendría que nos preguntáramos sobre de dónde viene todo esto.

El problema es que si nos interrogamos de dónde viene esto nos podemos encontrar que es materia oscura, es decir, ¿cuáles son las fuentes a las que podemos acudir?, los archivos de las empresas, no existen, están ocultos, no aparece nada, no se sabe, no sabe, no contesta. Pregunte usted a los empresarios, bueno, en fin, no se qué, no me acuerdo; esto con suerte, cuando no te cuentan un cuento chino que lo oyes y dices: «éste me está tomando por idiota». No se sabe nada; archivos: nada.

Hace muchísimo tiempo nuestro colega Félix Fanés inició un trabajo sobre la productora Cifesa, y no había manera de encontrar ningún papel; la única forma que hubo de encontrar documentos administrativos y económicos de la empresa fue la siguiente: como esa empresa a mediados de los años cincuenta se vio inmersa en una querrela criminal por parte de todos los cooperativistas y accionistas contra la administración, hubo un proceso legal y los papeles que se tuvieron que mover se conservaron, porque los guardó la Administración de Justicia. La Administración de Justicia al mismo tiempo tenía unos cancerberos que tampoco dejaban investigar nada, pero parece que Félix Fanés consiguió llegar a esos expedientes medio engañando a los custodios y en el mismo régimen que el investigador que aparece al principio de

Ciudadano Kane: le dejaban ver sacando de una especie de caja de plomo los documentos exóticos e ignotos durante cinco minutos y teniendo al vigilante detrás. Fue exactamente lo mismo. El cancerbero de la Administración de Justicia Valenciana debía haber visto *Ciudadano Kane*, qué duda cabe.

No hace mucho, otros colegas han intentado y han hecho un trabajo investigando sobre una empresa; ustedes caerán en la cuenta de que Cifesa es una empresa de las más importantes de toda la historia del cine español. Bueno, pues, como decía, otros colegas intentan averiguar qué es lo que pasa con Cesáreo González, Suevia Films, y no sólo no encuentran ningún papel, sino que al final, por no se sabe qué extraño suceso, se encuentran algún que otro *dossier* fragmentario en la Filmoteca Española, al cual tienen acceso yo creo que de forma casi milagrosa por el nivel de desorden de los archivos, pero lo encuentran. Verdaderamente toda la historia económica de Cesáreo González, de Suevia Films, estaba en la oficina, pero allá a finales de los setenta, como ustedes quizás recuerden, la oficina estaba en la Gran Vía, y fueron unos cacos a atracar y el señor que estaba allí opuso resistencia y se lo cargaron, lo asesinaron, asunto sobre el cual no se ha sabido más, y entonces a los cuatro o cinco días hicieron limpieza, cogieron todo el material y al traperero, y así estamos con todo: no hay papeles, no hay nada. Vas a la Administración; la Administración es algo ignoto, no se sabe, puedes ir al archivo general de la Administración a intentar buscar a través de los archivos administrativos de cada título concreto, empezar a buscar por allí rastros de qué pasa y, claro, te encuentras sólo con una parte de la historia, y desde la vía administrativa, no desde la vía estrictamente empresarial.

En fin, quedan publicaciones, hay unos librotos que son el anuario del Sindicato del Espectáculo, que no son meramente útiles a ser que uno los mire con un ojo mirando y con otro haciéndolo a otro lado, porque es frecuente que tengan omisiones, que tengan errores y que, al no estar hechos con sistemas informáticos, porque en aquella época no existía la informática, abarcan hasta el año 68 sólo. En aquella época la imprenta se liaba al hacer las planchas y una cifra que tenían que poner aquí la ponían acá; así que tienes que consultar varias fuentes para comprobar y no meter mucho la pata. E incluso son irregulares, hay datos que constan en una película, en otra película no constan, en un título, porque hay un fichero de películas bastante solvente; en uno hay un montón de datos, en otro hay menos datos, y uno mira, mira, ojea y se pregunta por qué en algunos casos hay ciertos datos y en otros no. Mirando con más calma y con cierta distancia, de repente te das cuenta que en esta película que hay menos datos hay muchos más nombres de actores que en otras donde el nombre es más largo y entonces hay menos espacio; como no tienen espacio, cogen una línea y la tiran, y a lo mejor el dato que podría ser fundamental no está, y si está el mismo dato en otra película, importa un pimiento.

Así se va haciendo todo. Evidentemente, en estas condiciones, puedes ir a la prensa de la época, que algunas veces dice algo pero en función de lo que a las productoras

les interesa que se diga. O en otras ocasiones te pones a mirar la revista del propio Sindicato Nacional del Espectáculo, llamada *Espectáculo*, revista que no es fácil de encontrar, debía haber muchas pero ésta es difícil de encontrar, como la de *Arte y Cinematografía*, una revista de los años veinte; es difícil encontrar colecciones completas, sólo en casa de Román Gubern, que se compró una colección porque había una y, como tiene pasta, dijo: «esta colección para mí»; claro, no va a estar uno yendo a casa de Román Gubern en plan de biblioteca, pobre hombre, una cola de gente: «Román, déjanos ver la revista». Evidentemente ahí estamos, materia oscura.

Igual que pasa con la materia oscura, con un poco de paciencia y afinando ciertas cosas de análisis uno puede establecer ciertas hipótesis o establecer ciertos indicios, igual que la materia oscura deja unos indicios electromagnéticos en ciertos tipos de telescopios; examinando todo esto, también hay cierto material, te puedes encontrar con ciertos elementos que te pueden permitir medio reconstruir de manera absolutamente azarosa, incluso discutible, no demasiado científica, pero sí de buena voluntad, y así tener ciertas ideas sobre cómo pueden ir las cosas. Entonces lo que hay que hacer es coger un título cualquiera de todos los que hay y es del que se saca la información (mejor, se deduce).

Les voy a reconstruir muy brevemente, porque el proceso es breve y no hay mucho de dónde sacar, cómo se puede meter el diente a cualquier cosa. Se me ha ocurrido coger una película del año 56, como podía haberla cogido del año 63 o del 47. ¿Por qué una del 56? Porque en el 56 hay una película de Aspa Films dirigida por Vicente Escrivá titulada *La Gran Mentira*. *La Gran Mentira* es una película que habla de la situación cinematográfica del momento y habla de cine y de cómo el señor Escrivá, personaje muy comprometido, muy poliédrico, del cual no es fácil encontrar nada que tenga cierto interés más allá de las pías admoniciones o demonizaciones que se hacen con él (sin ir más lejos, aquí ayer oímos una diciendo que el señor Escrivá pasó de hacer películas clericales a hacer películas de destape, en una simplicidad brutal que me dejó turulato y todavía estoy un poco turulato por ello). Resulta que este señor era un cínico por encima de todo. En esta película aparece un productor, interpretado por el memorable actor de Onteniente Juan Calvo, que explica algo de su oficio, con lo cual se ve algo que podemos utilizar como un detalle. Lo que dicen en esta película puede ser verdad y quizás tenga algo que ver con cómo funcionaban las cosas en el 56, pero también en el 57, en el 58 y en el 55 o 54. Como verán ustedes, estamos en el dominio de la indiferencia; por tanto, si alguien nos puede acusar a los que hacemos análisis textual de que deliramos, cuando hacemos un análisis más historiográfico también deliramos porque no tenemos dónde amarrarnos más que estableciendo mapas de indicios.

Entonces ¿qué pasa con *La Gran Mentira*? Por ejemplo, cuánto cuesta, cómo se financia, cómo se amortiza; lo siento, no hay nada, olvídenlo. Sin embargo, sabemos que las fuentes de amortización de la película son, por una parte, los premios sindicales

en caso de que haya, por otra parte, las ayudas de la Administración, del Estado, según un baremo que va, como ustedes saben de interés nacional, primera A, primera B, segunda A, segunda B, tercera... y cada calificación lleva emparentado un porcentaje del presupuesto, es decir, interés nacional un 50%, primera A un 40, primera B un 35, segunda A un 30, segunda B un 25 y tercera nada, al infierno; todo esto hasta el año 61 que, por razones que se me escapan, a la segunda B le bajan del 25 al 15, pero esto fue del 61 al 64, fecha en que salieron nuevas normas. Es dinero que da la Administración a fondo perdido como ayuda al cine español, del dinero público, es decir, dinero nuestro que sale de nuestros impuestos, impuestos sobre las entradas, que viene de diversas fuentes pero es dinero público que te dan sobre el presupuesto, pero sobre el presupuesto admitido, oficialmente admitido. Aquí hay un baile de cifras realmente pasmoso, porque como todo el mundo está en el ajo, igual que ahora, en el tema de las subvenciones todo el mundo está en el ajo, en las comisiones de calificación son del oficio, a veces las van cambiando, productores, guionistas, críticos, todo el mundo sabe cuánto cuestan las cosas y el juego está bien claro: yo digo que la película me ha costado X sabiendo que me ha costado la mitad. Los de la comisión de clasificación saben que estoy subiendo el presupuesto en un 50% y como saben de qué va el asunto y además conocen la estadística y lo que cuestan las cosas, porque están en el *tinglao*, viene el tío Paco con la rebaja y sobre el presupuesto que ellos proponen se reconoce otro que está bastante por debajo, pero que muchas veces es un 10 o un 15% por encima porque nunca se sabe cuánto han costado las películas, secreto de sumario... seguimos moviéndonos con indicios. Esto es una especie de médico loco que va buscando síntomas por todos los sitios como si estuviera desesperado y encuentra uno que otro síntoma.

Así que *La Gran Mentira*. ¿Qué se dice en esta película del año 56?, ¿qué dice por medio del diálogo de boca de Juan Calvo? Dice, tan tranquilamente, que ya se sabe que cualquier película que está en un cine de la Gran Vía cinco semanas está salvada económicamente y tiene beneficios. Bueno, vamos a *La Gran Mentira*. Como no podía ser menos, la Administración le endilga una primera B (me agradecería comentar que el señor Escrivá tiene dos o tres fases distintas a lo largo de su vida como productor, pero esto quizás lo hagamos luego). *La Gran Mentira*, primera B, tristemente profética... la película no está treinta y cinco días, cinco semanas en cartel, sino sólo veintidós, vaya por Dios, empezamos bien. Aún así le dan una subvención de 2.058.000 pesetas del año 56, una pasta gansa de todas formas. ¿Qué cubre esto? No se sabe, porque como no se sabe lo que cuesta... Pero, en todo caso, se conoce que teóricamente le han soplado 2.058.000 pesetas al productor. Bueno, sabemos que está veintidós días en cartel en un cine de estreno de la Gran Vía, que no es ni la mitad de lo que este señor dice, pero también es cierto que un año antes, cuando estrena la productora *Recluta con niño*, sí está treinta y cinco días en cartel en la Gran Vía, o cuando estrena *El canto del gallo* también está treinta y cinco días, o cuando estrena *Los ladrones somos*

gente honrada está treinta y ocho días, bueno; pues dices: si con cinco semanas la cosa está salvada, como todo está inflado, cabe pensar, porque esto son especulaciones, estamos buscando síntomas... nos podemos equivocar, pero cruzando síntomas por aquí y huellas por allá, nos hacemos una idea aproximada de cómo funciona este patio de monipodio que es el cine español y sigue siéndolo.

Aparte de esto sabemos también, porque está legislado, que las películas de interés nacional son las que tienen un 50% de subvención y que la Administración franquista pensaba que eran las más adecuadas porque transmitían los valores y las esencias patrias, lo cual también es un poco equívoco porque, sin ir más lejos, permítanme que les recuerde que *Bienvenido, Mr. Marshall* teniendo que pasar por ser una película crítica, regeneracionista, antifranquista... tiene interés nacional. O la primera película de Bardem, que es *Cómicos*, también tiene interés nacional. O sea, la cosa no es que se ponga a *La señora de Fátima* interés nacional, película reconocidamente clerical y para algunos herética y casi tan blasfema como *Marcelino pan y vino*, pero esto sería otra discusión sobre los avatares del cine presuntamente religioso y católico en este país... Pues resulta que, si sabemos, como decía, por una ley, que una película de interés nacional tiene cierto tipo de preferencia para que no salga del cine de estreno por lo menos mientras se esté cubriendo el 50% del taquillaje; si sabemos dónde se estrenan las películas, también sabemos cuál es el aforo de los cines donde las películas se proyectan; sabemos, si nos molestamos en buscarlo, ésta es otra, cuál es el taquillaje y por tanto podemos estipular que no hay ninguna película que esté en un cine de estreno que se mantenga en cartel con media sala sólo llena porque lo tiene que forzar para las películas de interés nacional la propia Administración, y podemos establecer que, por otra parte, la empresa privada lo que no quiere es perder dinero, o sea, usted no estrena una película con una sala vacía, con un 15% de ocupación, porque dura la película tres días, se la quitan de encima inmediatamente. Se pueden establecer cierto tipo de mecanismos por los cuales puedes pensar que una primera semana va al 60-70%; todo esto es aleatorio, ya me doy cuenta, esto es ir de tanteo, pero aunque a ustedes les parezca que esto es ir de tanteo y que por tanto es correr muchos riesgos, o hay esto o no hay nada, que yo sepa. Si algún día alguien aparece y hay otra forma, aparece en un archivo clausurado con plomo que estaba en un barco y se hundió y aparece todo y todo está clarísimo, pues perfecto, las cosas serán otras, pero de momento esto es lo que hay y esto es lo que es.

Con lo cual podemos hacer unas ciertas cuentas de lo que podría ser la recepción de las películas españolas sólo a través del indicativo indirecto de su permanencia en una sala de estreno de Madrid, y como sabemos hay muchas más ciudades en España con muchas más salas de estreno y, por otra parte, en aquella época no funcionaban las cosas igual que ahora. Ahora una película agota su ciclo en estreno en seis o siete meses con una especie de tormenta de copias, muchas copias, miles de copias, copias, copias, copias, y en cuestión de meses se acabó el pase en cines, pero luego están las televi-

siones, los cables, los DVDs, o sea, que se va haciendo durante una serie de tiempo una distribución y una oferta del material intensivo sustituyendo la práctica simultaneidad con lo que era en aquella época.

En aquella época, el ciclo de exhibición y circulación de una película era prácticamente de cinco años; evidentemente primero estaba el estreno, el preestreno, segundo preestreno, y así iban pasando por salas de programa doble hasta que llegaba finalmente a un pueblo. Pero, pese a todo, considerando que el grueso de la amortización de la película se cubría más o menos en un año en los circuitos de primera, nos podemos hacer una idea de qué va esto. Pero para eso tenemos que saber, como digo, los aforos y los costes de las películas, porque no sabemos cuánto cuestan las películas, pero sí sabemos por fuentes sindicales, más o menos dudosas (pero en fin eso está publicado, es asequible, simplemente hay que buscarlo y leerlo con cierto esfuerzo), lo reconozco, cuál es el coste medio de las películas.

Estamos hablando de *La Gran Mentira*, del año 56, en blanco y negro; las películas en blanco y negro eran más baratas que las de color. El coste medio de una película en 1956 es de 2.982.935 pesetas; en estos costes medios de una película se incluyen los gastos generales, que son los que se entienden por seguros, impuestos y gastos de funcionamiento de la misma empresa. También por fuentes sindicales en el año 1956 los gastos generales, impuestos, seguros... de una película en blanco y negro eran del 6,73%, con lo cual ya sabemos que de los 2.982.935 le quitamos el 6,73 y es el dinero que cuesta. Así, si resulta que ya se lleva 2.058.000 pesetas de subvención, *La Gran Mentira*, en fin, considerando que tiene una actriz extranjera como Jacqueline Pierreux, cuesta más que este coste medio, y así nos podemos ir moviendo. ¿Qué pasa? Que no sería nada malo que se estableciera un mapa. Esto es bastante complejo de hacer, pero puede hacerse; hay que tomárselo con calma, y cuanto más tarde en hacerse, más tardará en concluirse; yo creo que si esto alguna vez se empieza, puede estar concluido en cinco o seis siglos, porque nadie se pone a ello.

Resulta que proliferan por aquí y por allá facultades de ciencias de la información, de la comunicación y esforzados doctorandos que escrutan al milímetro las películas de extravagantes asiáticos, y todo lo que hay que hacer aquí no se hace. Considero que se pueden establecer equipos mediante una conexión estratégica entre los departamentos universitarios y las filmotecas; entonces, ¿por qué diablos no se crean equipos de gente evidentemente bajo la dirección de un doctor, de un departamento universitario, de un equipo, de un sabio cualquiera que pasaba por ahí, de una serie de gente que hace hemerografía para saber, en primer lugar, qué películas se proyectan?; que estudien las carteleras y hagan, sin ir más lejos, como Jorge Ayala Blanco ha hecho hace décadas en México, país presuntamente tercermundista, y que resulta, en fin, que está mucho más avanzado que nosotros.

Se trata de mirar la cartelera y hacer un seguimiento a una serie de títulos y decir bueno, esto está aquí, en un cine de estreno en Valencia y está X días y no es lo mismo

un cine de estreno en Coruña o un cine de estreno en Barcelona; un cine de reestreno es de tal y tal forma, y ya sabemos que las películas de programa doble nos dan información totalmente gaseosa; ¿por qué va la gente a un cine de programa doble?, por que es el cine que tienen en el barrio, porque van a ver la película americana que ponen en el programa doble y no la española, o porque van a ver la española, pero vayan por lo que vayan, pagan por las dos, que es lo que cuenta en términos de amortización y de financiación. Una cosa que habría que hacer es establecer el mapa de la difusión de los productos cinematográficos en nuestro territorio; está por hacer, cualquier día, y también brindo la idea gratis a los departamentos universitarios.

Si nos encontramos que éstos son los costes medios, luego el sindicato te puede dar un premio. A *La Gran Mentira*, película tan cínica sobre el mundo del espectáculo, el sindicato no le iba a dar un premio, pero a veces había premios. Por ejemplo, te puedes llevar un tercer premio del sindicato del espectáculo y, aunque el dinero variaba según cada año, según cada presupuesto, un tercer premio podía ser de 300.000 pesetas. En aquella época es una cantidad que no está mal, es un dinero.

También empezaron a hacer cine en color; el coste medio de una película en color es más grande, pero son costes promediados y se duplican los costes de rodaje en exteriores, es un 30% más caro el precio de la película virgen, se duplica también el 100% en ambos casos, tanto en exteriores como en el coste de laboratorios, pero a cambio, y esto nos debería llevar a hacer alguna reflexión, que yo no he sido capaz de hacer porque me he quedado muy sorprendido y sorprendido sigo, esto quiere decir que, para liberar los costes, otro tipo de capítulos en los que se desglosa el presupuesto de músicos, directores, actores, cobran menos; es curioso, me llama la atención que según los enigmáticos arcanos del sindicato, quien trabaja en una película en color cobra menos que quien trabaja en una en blanco y negro. Una de las tantas cosas que son sorprendentes y enigmáticas y que tendremos que averiguar qué pasa, pero todo se andará.

Igual que *La Gran Mentira* aparece y se estrena en un cine en la Gran Vía, casi todas las películas de Escrivá de la época se estrenan en la Gran Vía, y el cine Gran Vía es un cine que tiene 1.038 entradas. Se pueden saber los aforos de los cines, es mucho más difícil saber el precio del taquillaje, pero el precio del taquillaje también se puede averiguar yendo a la prensa y lo hará alguien algún día (yo por el momento no lo voy a hacer porque tengo cosas mejores en que entretenerme, o me pagan otras cosas, esto no). Hay que ir a los periódicos, o a las guías de espectáculos que en los años cincuenta había en las grandes ciudades, y ver las tarifas.

Y esto es un poco, entre el dinero, los premios, que una película vaya a un festival, lo cual supone un plus que es muy difícil valorar, pero puede suponerle tener una buena campaña de prensa... Son cuantificaciones totalmente escurridizas, en qué medida que una película vaya a un festival y le den el tercer premio no se sabe muy bien esto a dónde va, pero lo que sí sabemos es que, a la hora de abordar la realización de las

películas, en algunas ocasiones se cuenta con los créditos sindicales. El tal Sindicato Nacional del Espectáculo daba créditos a las películas, por supuesto, créditos que había que reembolsar una vez que la película consiguiera suficiente dinero, etc., y aunque esto es una cosa que no está estudiada, sí está bastante hablada. Luego las productoras no devolvían el crédito y si te he visto no me acuerdo, y toma el dinero y corre. Manera, por tanto, de amortizar y una forma de producción con cierta regularidad, pues en vez de hacer una película suelta o una película cada tres años, como ocurre muchas veces con las productoras españolas del periodo, quiero decir de los cuarenta, los cincuenta, los sesenta, los setenta, las diferencias son muy pocas incluso hoy, pues es hacer todo un programa de producción con regularidad en el cual el goteo amortizador se va equilibrando con los gastos de una película, con la amortización anterior... En este sentido la empresa que produce *La Gran Mentira*, la empresa de Escrivá es una empresa teóricamente ejemplar; es tan ejemplar que todo son enigmas, y les cuento ya para ir acabando. La empresa se llamaba Aspa y nace el 8 de abril de 1950 según los papeles. ¿Quién es el presidente del Consejo de Administración? Jose Antonio Elola Olaso, un falangista de pistola; Elola, el de la pistola, por decirlo así, un pájaro de cuenta. ¿Quién era el consejero delegado? Vicente Escrivá, que éste también era un falangista, pero un falangista intelectual, había empezado a hacer guiones en los cuarenta y tiene un libro todavía recordado por los maniáticos sobre el *Quijote*; es el intelectual del asunto. El secretario de Administración, Manuel Llidó. La primera película que producen, *Balarrasa*, es un filme que esconde una supuesta trama clerical, pero que al final es un falangista absolutamente rebotado autor en mi opinión de una de las más violentas requisitorias contra el franquismo titulada *Surcos*. Y la segunda película de Aspa es *La señora de Fátima* que, insisto, me parece una película medio herética. Así van haciendo películas y hacen una en el 50, en el 51 otra, en el 52 dos, en el 53 otra, en el 54 cuatro, en el 55 otras tres, y así van haciendo películas exactamente hasta el 62. Lo que pasa es que sobre la marcha pasan cosas muy raras, me imagino que ya aclaradas y que para mi amigo Torreiro no serán nada raras, pero yo, con lo que me he movido por el asunto, tampoco me he conseguido enterar; tampoco le he dedicado semanas a averiguarlo, esto hay que decirlo; es una pequeña especulación sobre la materia oscura, no un trabajo de fondo sobre Aspa Films.

La cuestión es que, no sé muy bien por qué, en primer lugar, ¿qué le falta a Aspa Films que tenía Suevia o tenía Cifesa? Una distribuidora. Evidentemente, hay una distribuidora, en el año 55 se funda una distribuidora que se llama Asp, no Aspa, en la cual el consejero delegado es Ramón Llidó, entonces secretario de Aspa, y donde está también de presidente Juan Couret. Este Couret quién es: pues éste es un tipo de la familia Couret, la empresa que está detrás de Mercurio Films, que es una distribuidora que también produce desde el año 41 y que está igualmente detrás de la operación de *Bienvenido, Mr. Marshall*, pero ésta es otra historia. Y en la empresa de Couret, que a su vez distribuye una de las primeras películas de Aspa, también hay varios Couret. A

partir del 55 ya tiene Aspa distribuidora. Asp, ¿esto qué quiere decir? Que la primera andadura de Suevia Films es con las distribuidoras y productoras de peso del momento, a saber, Cifesa y Suevia Films; todas sus películas están distribuidas por Cifesa y Suevia menos ésta de los Courets y a partir del 55 todas las distribuye Asp, exactamente hasta el año 57, en que algo pasa. Igual que ya parece que pasa algo porque Llidó muestra la distribuidora y en la empresa Aspa ya no está Jose Antonio Elola Olaso, sí está Vicente Escrivá como presidente, y aparece Miguel de Charri, un tío que luego será conocido por dirigir el Festival de San Sebastián. Pero a partir de este momento las cosas cambian, la línea de esta productora cambia; empieza a hacer películas raras, películas cónicas, coproducciones. Si quieren ustedes ver una película que es un auténtico monumento de cinismo véanse *La Cenicienta* y *Ernesto*, una coproducción con Italia, por otra parte para mi gusto excelente; es tan cónica que le dan una segunda.

De repente, a la bien cuidada Aspa de Escrivá le empiezan a dar: a *La Gran Mentira*, una primera B, que es una cosa de desastre; *La Cenicienta* y *Ernesto*, una segunda A, que tienen que protestar y le acaban dando una primera B; *El tigre de Chamberí*, aquella película con José Luis Ozores que va de púgil, le dan una primera B, y pare usted de contar, y si no le damos una patada y fuera. *Camarote de lujo*, una película, por otra parte vinculada a las comunidades humanas de Rafael Gil más desencantadas y más mosqueadas de la época, del año 57, se le da una primera B; a Rafael Gil, que era uno de los grandes prebostes del cine bajo el franquismo (y digo bajo el franquismo porque habría mucho que discutir que fuera del cine franquista, pero a veces decir bajo el franquismo y franquista se confunde y no es lo mismo siempre). Finalmente, a Rafael Gil le dan una primera A, pero está siete míseros días en cartel, una semanita; luego aquí pasa algo. Y así la cosa sigue marchando de desastre en desastre hasta que se les ocurre hacer una biografía, eso sí, en blanco y negro, que es más barata, de Cajal, que saltó a la gloria y dijeron, bravo, bravo, un premio internacional que se lleva, en fin, menos mal, que si no... Pero esto lo hacen a la vez que una película culta, como podía entender por culta un falangista como era Escrivá, *El hombre de la isla*, rodada en Jávea, bastante interesante, primera B, y luego primera A porque protesta, siete días en cartel, catástrofe económica. Evidentemente, si la gente puede ver *Las chicas de la Cruz Roja*, no se van a ver *El hombre de la isla*, una especie de drama en blanco y negro con fotografía creo que de Paniagua que se llevó un premio del sindicato, sobre una especie de señor que es un pescador que vive en Tabarca y que se casa con una señora mexicana, Marga López, dicho sea de paso, que va allí a Tabarca a vivir con él y que las pasa putas en una isla, en la isla de Tabarca, aislados, con Paco Rabal haciendo de bruto, un desastre de película, y así sigue yendo de desastre en desastre hasta que de repente el señor Escrivá se echa la manta a la cabeza y hace una versión muy estimable en mi opinión titulada *Dulcinea* que ya es el desastre del siglo, la ruina total, y adiós muy buenas.

Mientras tanto, claro, y para que se vea cómo van las cosas, si esto ocurre en el año 62, que es la ruina de *Dulcinea* y ya no produce nada más Aspa hasta cinco años más tarde, en que se descuelga con películas de Raphael coproducidas con México, en el 67, *El golfo* en el 68 y *Pagó con plomo* en el 69, resulta que en el 62, cuando esta situación está tan cruda, Miguel de Charri, que es la otra persona que está en Aspa, se va y forma Minerva Films que es una nueva productora cuya primera película es *Marcha o muere*, y no tardará mucho en hacer una yo creo que muy notable versión, aunque muy olvidada, de *Stalingrado*, en blanco y negro. Uno se lo puede tomar con cierta sorna y decir *Marcha o muere*: Miguel de Charri se va de Aspa, y ya está bien claro lo que quiere decir: marcha para no morir en la primera película que hace.

Mientras tanto, en el año 57, después del desastre de *Camarote de lujo*, Rafael Gil monta una productora llamada Coral y ahí acaba todo. Estoy haciéndoles un poco el paso por encima de lo que es esta empresa para que vean que una empresa tan fuerte, con tantas películas y con tantas ramificaciones tiene que dejar más huellas que una pequeña que ha hecho dos películas en guerrilla. Sin embargo, aún así tenemos datos sueltos por aquí y por allá porque estamos en lo que estamos, intentando caracterizar y observar qué huellas deja esto que evidentemente he llamado, creo que de manera gráfica y sobre todo de manera desalentada, materia oscura. Muchas gracias.

Productores en el cine español: una aproximación histórica

ESTEVE RIAMBAU, *Universitat Autònoma de Barcelona*

CASIMIRO TORREIRO, *Universidad Carlos III de Madrid*

Esta ponencia anticipa el contenido de un estudio mucho más amplio, realizado por encargo de Filmoteca Española y en el que hemos estado trabajando por espacio de seis años. Su objetivo consiste en establecer, desde un punto de vista general, cuáles han sido las grandes tendencias que han marcado la historia de la producción cinematográfica en España, al tiempo que intentar una caracterización de la figura histórica del productor y, *last but not least*, y en línea con otros trabajos también patrocinados por la principal de las cinematecas españolas (directores de fotografía, escenógrafos, guionistas), un diccionario pormenorizado de profesionales y de empresas, un «quién ha sido quién» histórico de esta profesión escasamente estudiada desde el ámbito académico.

De esa visión general surgen algunas constataciones, creemos, irrefutables. Una es que, a diferencia de otras cinematografías nacionales con una producción continuada en el tiempo (Japón, India, pero también Argentina, México, Francia, Italia o Alemania, por poner algún que otro ejemplo), la industria hispana no supo adaptar a sus características locales el modelo impuesto por el Studio System hollywoodiano, la maquinaria más perfecta de elaboración de contenidos que haya conocido el cine mundial en toda su historia. Y cuando lo hizo a través de unas pocas empresas, como la valenciana CIFESA y de la galaico-madrileña Suevia Films/Cesáreo González (por influencia y volumen de trabajo, y al menos hasta la decisiva década de los noventa del pasado siglo, cuando mutó trascendentalmente la industria cinematográfica para

convertirse en industria audiovisual, las dos marcas más importantes del cine español), los resultados fueron como poco dudosos, por lo menos en lo que hace a la continuidad accionarial y empresarial de ambas marcas.

De hecho, y a diferencia de la mayor parte de las grandes empresas del cine internacional, el modelo español presenta estructuras productivas fuertemente personalizadas, marcas que después de dominar el panorama de la producción durante largos años (los ya citados casos de CIFESA en la década de los cuarenta y de Suevia Films en los cincuenta y primeros sesenta; pero también Arturo González/Regia Films en los sesenta y primeros setenta, o la barcelonesa Balcázar en la misma época) no fueron capaces de superar el alejamiento o la decadencia de sus creadores, hasta acabar hundidas en procesos judiciales (CIFESA), en complejos y bien dolorosos procesos de desguace, plagados de incidencias (Suevia Films), en crisis familiares (Balcázar) o, sencillamente, en el cierre definitivo de las productoras. Hay que hacer constar, por lo demás, que la mayor parte de esas empresas punteras mantuvieron estrechos vínculos de distribución con empresas multinacionales estadounidenses, de las que jamás fueron en realidad una verdadera y competente alternativa, sino una mera apoyatura para convenios de producción a cambio de distribución. Cualquier profundización en el estudio de la producción cinematográfica española no puede obviar las estrechas sinergias entre estos dos sectores de la industria.

Por lo demás, no existió en España un modelo real de trabajo en cadena, lo que constituyó el corazón mismo del Studio System americano, por lo que tenía de planificación del trabajo y continuidad en los equipos técnicos y artísticos. De hecho, prácticamente ninguna de las grandes infraestructuras de rodaje existentes (CEA y Chamartín, en Madrid, u Orpheus, en Barcelona) dominó con solvencia los tres sectores básicos en que se divide la actividad cinematográfica (producción, distribución, exhibición), y ni siquiera la creación de infraestructuras de rodaje competitivas estaba ligada a la existencia de productoras. Es cierto que esos tres grandes estudios de rodaje mantuvieron estructuras de producción (y Chamartín también tuvo una fuerte red de distribución), pero no con carácter estable, sino más bien como una estrategia para mantener la ocupación de las infraestructuras cuando éstas no estaban alquiladas a terceros, la razón de existir de las mismas. Y si bien otros estudios de rodaje crearon sus propias empresas de producción (Kinefón en Barcelona y Ballesteros, Roptence o Augustus en Madrid), su dimensión fue tan modesta y su volumen de trabajo tan discreto, por no decir que industrialmente insignificante, que ninguno de ellos fue capaz de abrirse un hueco consistente en el mercado, para acabar sucumbiendo fruto de sus propias contradicciones y de su humildad profesional.

De la debilidad de la mayor parte de los proyectos da cuenta, además, la inexistencia de una pirámide de cargos profesionales homologable no ya a las del Hollywood clásico, sino a las más humildes de los países de nuestro entorno. Así, casi nunca existieron figuras análogas a las del vicepresidente de gran estudio, de quien dependía la

crucial figura, también aquí inexistente como tal, del *executive producer*, el verdadero responsable creativo de las empresas, bajo el cual se encontraban los *producers*, que eran los encargados materiales de la realización. En España, esta última figura, homologable a la del jefe de producción, era la más habitual en la mayoría de los proyectos, aunque no existió así hasta la irrupción del sonoro: inútil rastrear jefes de producción en los títulos de créditos de películas mudas, lo que habla a las claras de la debilidad de los proyectos que se abordaron entre los primeros intentos pionerísticos y los convulsos, decisivos años treinta.

Mientras el cine español no supo copiar el modelo de producción hollywoodiense, el mercado local ha sido objeto de una sistemática colonización por parte de las películas estadounidenses. Fruto de esta paradoja, el funcionamiento industrial de la producción en España no se explica sin su absoluta dependencia, al menos desde que existen las primeras medidas de protección y fomento al cine español (que se remontan a los años de la República), de las directrices estatales y de la legislación en cada periodo de su andadura histórica. Lo fue en tiempos del franquismo, un régimen que, con su afán de control coherente con su vocación totalitaria, llegó a regular hasta los más lejanos rincones de toda actividad económica, cine incluido, sin por ello, y aunque resulte una paradoja, frenar la picaresca anexa a los favoritismos y los expedientes de «deberes cumplidos con la Patria» de tantos falangistas que aterrizaron en la producción cinematográfica después de la Guerra Civil en busca de riqueza fácil, bien cobijados bajo la larga sombra del poder. Pero la producción también ha mantenido esta vinculación estatal, desencadenada por las circunstancias de un mercado cautivo, en democracia. Con la salvedad de la caótica y errática política cinematográfica de UCD, tanto los gobiernos socialistas como los ocho años de gobierno del Partido Popular han ajustado la legislación a las ayudas que necesita una producción progresivamente vinculada con la imparable marcha de las televisiones y la célebre y tan controvertida cláusula de la obligatoriedad de inversión del 5% del volumen de negocio de cada cadena en productos cinematográficos, coproducidos, además, con productores independientes, es decir, no ligados al control o al accionariado de las propias cadenas.

ALGUNOS PROBLEMAS METODOLÓGICOS

Los problemas metodológicos con los que nos hemos topado al llevar a cabo nuestra investigación han sido numerosos. El primero, y probablemente el más grave, es la falta de transparencia en la exposición pública de los datos económicos y financieros de las empresas, incluyendo su accionariado, que ni siquiera la ley obliga a transmitir después de la constitución de las mismas. A diferencia de lo que ocurre en otros países, y significativamente, una vez más, en EE. UU., donde existe una tradición de

cesión de los fondos documentales de las grandes empresas a universidades que garantizan su preservación y estudio por parte de especialistas, aquí no se conservan casi papeles ni documentos de las empresas, y en algunos casos, cuando existen materialmente, son de imposible consulta.

Tampoco las empresas han sido especialmente diligentes en lo que respecta a la conservación de su propio patrimonio, tanto en forma de copias o negativos de sus producciones como de su documentación interna (cómo iban a hacerlo, si una de las características más remarcables que comparten la mayoría es su efímera existencia, así como la volatilidad de su accionariado), de manera que una vez cerradas, sus archivos han sido destruidos. Esta costumbre esconde tanto la falta de cultura empresarial como, es de temer, también la necesidad de esconder prácticas fraudulentas, deudas con la Administración jamás cubiertas o delitos de otra naturaleza.

No abunda, por lo demás, la hemerografía dedicada a las empresas de producción y a la trayectoria profesional de los productores. Personajes con escaso *glamour* para los informadores de medios mayoritarios, interesados ellos mismos en no aparecer demasiado en las páginas de la prensa o más tarde en programas de televisión o incluso en revistas especializadas, en vano fatigará el investigador en busca de entrevistas reveladoras de la concepción empresarial que estuvo en la base de la profesión durante décadas, más allá de las puntuales (y no demasiado abundantes, además) informaciones publicadas en las revistas de régimen en los primeros años cuarenta (significativamente, en la más oficialista de todas, *Primer Plano*) o en algunas efímeras revistas profesionales. Y si vidriosa u opaca resulta la presencia de productores en las páginas de los *media*, más rara es aún la propensión memorialística de los propios interesados. No hay ningún ejemplo de libro de memorias de un productor del, digamos, periodo de los estudios en la historia del cine español (mucho menos de los años republicanos o de los del cine silente). Sólo ahora, y al amparo de instituciones oficiales, editoriales especializadas o de festivales cinematográficos, están naciendo las primeras memorias de productores con que cuenta el cine español: el lujoso volumen dedicado por el festival de Málaga a Andrés Vicente Gómez, las interesantes y lúcidas incursiones en su memoria de Arturo Marcos Tejedor, las autojustificativas de Ángel Amigo, las más bien poco sustanciales de Mariano Ozores o las vengativamente justicieras debidas a la mano de Antonio Isasi Isasmendi.

De más está decir que, en el caso de las numerosas entrevistas que tuvimos que realizar a los supervivientes, tampoco pisamos un terreno muy sólido. La débil memoria mostrada por algunos, o más comúnmente, el relato interesado, preconstruido y repetido muchas veces ha sido moneda corriente. Hay que tener en cuenta que muchas veces las confesiones personales de los entrevistados han recurrido a mentiras que encubrían operaciones fraudulentas, que tienen que ver con el incumplimiento de la ley o con deudas jamás saldadas, de forma que la única manera posible de desentrañar las contradicciones de dichas declaraciones consistió en someterlas al cruce de

confesiones con otros entrevistados... con los problemas lógicos que esta arriesgada táctica entraña.

También escasas son las monografías dedicadas a las empresas. Más allá del trabajo pionero del profesor Félix Fanés dedicado a CIFESA, o los más recientes de José Luis Castro de Paz y Josetxo Cerdán centradas en la trayectoria de Cesáreo González y su Suevia Films o la tesis doctoral de Alicia Salvador sobre UNINCI; los tres volúmenes dedicados al crucial Elías Querejeta (del que en todos faltan, no obstante, datos esenciales para entender su práctica como productor del mejor cine de autor producido en España entre los sesenta y los ochenta); los más bien escuetos trabajos dedicados a Andrés Santana; el volumen que, publicado por el festival de Huelva, revisa la trayectoria de Gerardo Herrero o los dos trabajos de Esteve Rimbau, respectivamente dedicados al fundamental Ricardo Muñoz Suay y al productor catalán Pepón Coromina, poco más se puede rastrear en la materia.

No están mejor las cosas en lo que tiene que ver con los datos oficiales. Una de las fuentes fundamentales, el Registro de Empresas Cinematográficas, consultable en las dependencias del Ministerio de Educación y Deportes, en el ICAA concretamente, sólo funciona desde mediados de los años cincuenta, de forma que sí constan en él las empresas fundadas con fecha anterior pero activas entonces; no así el resto de las empresas que ya habían cerrado, entre ellas buena parte de las operativas en los años cuarenta. Y prácticamente nada existe, por cierto, de empresas con fecha de constitución anterior a 1939. Esto nos obligó a efectuar numerosas consultas a los Registros de la Propiedad Mercantil, especialmente los de Madrid y Barcelona, no todas ellas coronadas con el éxito: de hecho, hay que constatar que en dichos registros sólo constan las sociedades anónimas, no las empresas de titularidad individual ni las cooperativas (que durante el franquismo, la época en que proliferaron, se regían por una normativa específica y estaban obligadas a inscribirse en un censo especial en el Ministerio de Trabajo). Y empresas individuales y cooperativas eran la gran mayoría de las marcas, un dato a tener en cuenta cuando se habla de la estructura económica de dichas empresas, toda vez que estos dos regímenes eran los que menos cotizaban en materia de impuestos.

Incluso estableciendo una cartografía concreta de las empresas en cada uno de los momentos en que se suele dividir la historia del cine español, también hay que constatar como dificultad metodológica el abismo existente entre la realidad de la producción de cada film y la nebulosa de los datos oficiales. Aquí, ante la imposibilidad de conocer cada uno de los procesos que llevaron a la realización de las películas, hemos optado por utilizar los datos oficiales, eso sí, contrastados con todas las matizaciones obtenidas por otras fuentes. Por lo demás, la picaresca propia de las relaciones entre la sociedad civil y las instituciones de un Estado totalitario y represivo como fue el franquismo entre 1939 y 1975 ha servido para hacer aún más opaca la realidad. No es difícil encontrarse con que los datos oficiales eran

ocultados por los propios productores, con el beneplácito o la aquiescencia de funcionarios sobornados.

También opaca ha sido, y es éste uno de los aspectos más denunciados desde los trabajos metodológicos sobre historia del cine español, la obtención de datos fiables de taquilla. Activo sólo desde 1965 (y con no poca picaresca, una vez más), el Control de Taquilla refleja lo más parecido a la realidad industrial de la exhibición (que tan importante es, por lo demás, para el acceso a subvenciones automáticas por recaudación) sólo desde esa fecha. Para todo el cine anterior sólo existen acercamientos aproximados (por ejemplo, las semanas de permanencia de un film en cartelera, que es también una medida perfectamente aleatoria, toda vez que los pactos no escritos entre productores, distribuidores y exhibidores han permitido en más de una ocasión la permanencia de títulos sin llenar ni aproximadamente las salas, mientras otros eran retirados en el cenit de su recaudación), y en cualquier caso, tan poco fiables como el posterior control de taquilla.

Finalmente, el historiador también tiene que tener presente, cuando se acerca a la realidad industrial del cine español, la diferencia de datos entre los oficiales que proporciona la Administración y los probablemente más cercanos a la realidad que maneja internamente la industria. A este respecto, no resulta extraño que algunos productores indiquen una disparidad evidente entre los datos que proporciona la base de datos del ICAA con los que a ellos mismos les son suministrados por las empresas de distribución, en la mayor parte de los casos mucho más favorables para sus intereses que los suministrados por la administración.

Con todas estas cortapisas, no obstante, nuestra investigación ha culminado con una razonable caracterización de cómo ha funcionado la industria cinematográfica en cada uno de los periodos históricos estudiados. No es éste el espacio para explayarse en unos datos que, por lo demás, constituyen la parte más quintaesenciada de nuestro trabajo. Pero, a guisa de ejemplo, proponemos aquí el análisis de uno de esos periodos, el comprendido entre 1962 y 1970, el año de la mayor crisis sufrida por la producción de cine en España durante el período franquista.

UN MODELO: LA PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DURANTE LOS SESENTA

La producción española de los sesenta se vio directamente condicionada por la política desarrollada por José María García Escudero al frente de la Dirección General de Cinematografía y Teatro a partir de 1962. Su transformación de los hasta entonces vigentes mecanismos de protección de la producción cinematográfica española se orientó, esencialmente, hacia la subvención automática del 15% de los ingresos brutos en taquilla durante los primeros cinco años de exhibición y la instauración del lla-

mado Interés Especial, destinado a apoyar un cine que prescindiera de criterios estrictamente comerciales con el objetivo de mejorar la maltrecha reputación artística del cine español. La primera medida favorecía un cine que consolidaría un cierto tejido industrial para que el público tuviera la última palabra y la segunda tenía como privilegiados destinatarios a los alumnos de la Escuela Oficial de Cine, que estarían en la base de un Nuevo Cine Español, y también a las películas infantiles. Los productores, especialmente los de la vieja guardia, tomaron buena nota de esas reglas de juego y, a cambio de encajar sus reticencias hacia el Interés Especial, consiguieron una sustanciosa ventaja al serles reconocido, por parte de la Administración, que cualquier coproducción internacional computaría a efectos de película íntegramente española. Eso explica, entre otras cosas, el desmesurado incremento de la producción de esos años, un dato a menudo interpretado positivamente en términos industriales pero en realidad supeditado a que el porcentaje de coproducciones ronda el 50% (véase tabla 1). Dicho pronto y rápido, casi la mitad de las películas que se producían en nuestro país sólo eran españolas a efectos oficiales.

Este volumen de producción contrasta con el elevado número de empresas registradas. El hecho de que, de una media situada entre 60 y 70 se pasara a 82 en 1965 y 92 en 1966, los dos años siguientes a la promulgación de las Normas de García Escudero, subraya hasta qué punto éstas atrajeron a nuevos productores convencidos de que el negocio estaba garantizado. La parte del león se repartía, sin embargo, entre unas pocas y las 28 empresas que produjeron más de un film por año (15%) fueron responsables del 48,1% de los largometrajes realizados. La mayoría de las restantes eran lo que un funcionario del Sindicato Nacional del Espectáculo definía como la «libre asociación de un grupo de personas que se dedican a llevar adelante un proyecto de película»¹. Realizadores, técnicos, actores y, sobre todo, reputados guionistas de éxito –como José Luis Dibildos o Pedro Masó– crearon empresas propias para levantar sus proyectos.

Tabla 1. *Producción cinematográfica en España y porcentaje de coproducciones (1962-1969)*

	TOT.	62	63	64	65	66	67	68	69
TOT. LM	1.003	88	114	130	151	164	125	106	125
N.º COPR.	504	24	55	63	98	97	70	54	43
% COPR.	50,2	27,2	48,2	48,4	64,9	59,1	56,0	50,9	34,4

Fuente: Ramón del Valle Fernández, *Anuario Español de Cinematografía*, Sindicato Nacional del Espectáculo, 1969. Datos 1969: Elaboración propia.

¹ Del Valle Fernández, R., *Aspectos económicos del cine español (1953-1965)*, Servicio Sindical de Estadística, Madrid, 1966, p. 19.

Aunque entonces no hizo nada por evitarlo, García Escudero reconoció años más tarde el fracaso de su propia política al admitir que: «todo lo que hay son unos señores que se lanzan a producir películas como se podían lanzar a cultivar naranjas. Iban al provecho inmediato sin disponer de fondos ni de capital. Uno de los grandes problemas que yo me encontré en el cine español era esta atomización de la industria, que en realidad no era tal industria. Eran señores poco más o menos dedicados al cine que iban a hacer su aventurita de cada película. Ése era un gran inconveniente para cualquier política seria. Luego había una distribución, que era la rama más seria, pero funcionaba como filial de los americanos. Y una exhibición que iba únicamente a poner lo que le mandaban los distribuidores y normalmente con la idea de que les interesaba más la película americana que la española. Ése era el panorama, o sea, no había una industria»². Sin ella, el capital privado brillaba por su ausencia y, en el mejor de los casos, muchas productoras se sustentaban de empresas de servicios, estudios de rodaje, laboratorios o estudios de sonido. En otros, el *glamour* del cine atraía esporádicas inversiones de empresarios o terratenientes con ocultas vocaciones artísticas o enamorados de una determinada vedette. Tampoco resultaba infrecuente encontrar influyentes personajes del franquismo en unos consejos de administración diseñados para beneficiarse de las prebendas de un Régimen en el que el amiguismo estaba en la orden del día.

Las productoras que, excepcionalmente, respondían a criterios industriales (tabla 2) tampoco se apartaban de las directrices dictadas desde la administración. Las copro-

Tabla 2. Principales empresas de producción en España (1962-1969)

Empresas	LM	Esp.	Copr.	% Copr.	LM/Año
BALCÁZAR	64	8	56	87,5	8,0
C. GONZÁLEZ	44	24	20	45,4	5,5
HISPAMER	36	5	31	86,1	4,5
PEDRO MASÓ	36	36	0	0	4,5
COPERCINES	30	7	23	76,6	3,7
B. PEROJO	29	9	20	68,9	3,6
IQUINO 26	20	6	23,0	3,2	
ESTELA 24	8	16	66,6	3,0	

Fuente: Elaboración propia.

² José María García Escudero a Esteve Rimbau, «La legislación que hizo posible el NCE», en Heredero, C. F., y Monterde, J. E. (eds.), *Los «Nuevos Cines» en España. Ilusiones y desencantos de los años sesenta*, Festival Internacional de Cine de Gijón/Ediciones de la Filmoteca, Valencia, 2003, p. 62.

Tabla 3. *Películas con mayor número de espectadores (1962-1969)*

Título	Productora	Espectadores
<i>La muerte tenía un precio</i>	Arturo González	5.520.971
<i>La ciudad no es para mí</i>	Pedro Masó PC	4.296.281
<i>Pero... en qué país vivimos</i>	Arturo González	4.054.235
<i>Mi canción es para ti</i>	Arturo González	4.035.909
<i>Un beso en el puerto</i>	Arturo González	4.010.917
<i>Juicio de faldas</i>	Arturo González	3.492.048
<i>Por un puñado de dólares</i>	Ocean Films	3.281.146
<i>Nuevo en esta plaza</i>	Pedro Masó PC	3.067.863
<i>El padre Manolo</i>	Arturo González	3.031.369
<i>Cuando tú no estás</i>	Época/B. Perojo	2.863.471

Fuente: Elaboración propia. Datos del Boletín Informativo del Ministerio de Cultura.

ducciones, las sinergias con la distribución o la explotación de estrellas locales fueron las principales fuentes de un negocio que se asentaba, en todos los casos, en el oportunismo.

No por casualidad, dos coproducciones dirigidas por Sergio Leone y un puñado de películas protagonizadas por Manolo Escobar figuran entre las más vistas por el público de la época (tabla 3).

Las coproducciones fueron el factor primordial que desestabilizó el cine español de este periodo a través de la brecha que la Administración abrió a la picaresca desde el momento en que reconoció como íntegramente española a cualquier película que certificase la presencia de alguna empresa nacional. Fueron numerosas las productoras españolas que jugaron a esta baza económicamente segura y, por lo menos el 80% de los largometrajes producidos por TECISA, la Cooperativa Cinematográfica Fénix Films, Balcázar, Hispamer, Procusa y Hesperia, eran coproducciones (tabla 4). La inclusión de guionistas que, en el mejor de los casos, traducían los diálogos franceses o italianos, la presencia de actores secundarios en los repartos o el rodaje en estudios españoles, que suministraban los caballos y el vestuario de los *westerns* que nutrían el grueso de esas coproducciones, bastaban para certificar la nacionalidad «española» de películas que en realidad apenas eran servicios de rodaje o incluso autocoproducciones con empresas filiales registradas en distintos países europeos.

A pesar de que las Normas de García Escudero habían acabado con las prebendas de las licencias de doblaje extendidas en décadas anteriores, los más importantes productores de los sesenta mantenían intereses cruzados con el sector de la distribución. Cesáreo González era el propietario de Suevia Films mientras Balcázar, el productor más

Tabla 4. Principales empresas dedicadas a las coproducciones (1962-1969)

Empresas	LM	Copr.	Nac.	% Copr.
TECISA	17	16	1	94,1
C. FENIX	17	15	2	88,2
BALCAZAR	64	56	8	87,5
HISPAMER	36	31	5	86,1
PROCUSA (*)	17	14	3	82,3
HESPERIA	15	12	3	80,0

(*) PROCUSA sólo estuvo activa hasta 1965.

Fuente: Elaboración propia.

prolífico del periodo, colocaba sus películas en el mercado a través de sus empresas paralelas Filmax, Bengala y Concordia. Mercurio estuvo en la base de Hesperia y, a su vez, estableció convenios con TECISA mientras, a menor escala, Este Films compartía parte de su consejo de administración con el de Mundial Films y Selecciones Huguet cubría cuotas con los films producidos. Arturo Marcos Tejedor fue antes distribuidor que productor, y si As Films Producción (Vicente Escrivá), Ízaro Films (Reyzabal) o Filmayer/Dipenfa desarrollaron alguna actividad como productoras fue para cubrir la cuota de distribución que sus importaciones extranjeras generaban. Otras distribuidoras que también produjeron películas españolas cumplían, desde el boicot de la MPEAA en 1955, la función de importadoras de películas norteamericanas: C. B. Films con la exclusiva de United Artists, Regia Films (propiedad de Arturo González) con la de Fox, Mundial Films (Columbia), Mercurio (Paramount) o CIRE (Metro-Goldwyn-Mayer). En 1966 nacería, a su vez, la poderosa Warner Española gracias a la suma de intereses de Alfredo Matas (Jet Films) y José Antonio Sainz de Vicuña (Impala), entre otros.

Entre 1965 y 1972 existía un censo de 118 distribuidoras activas que gestionaban un total de 3.556 films con un promedio de 30,13 películas por empresa. En la práctica, se daba una concentración empresarial equiparable a la observada en el sector de la producción y las más importantes eran sucursales de las Majors norteamericanas y/o mantenían estrechos vínculos comerciales con el sector de la producción (tabla 5). Las más o menos independientes se limitaban a establecer pactos puntuales mediante anticipos que oscilaban entre el millón y los tres millones de pesetas³ y, en la práctica, era esa cifra, unida al crédito oficial, lo que financiaba el coste de una película. El resto, otras subvenciones y la recaudación en taquilla, eran beneficios.

³ López García, V., *Chequeo al cine español*, ed. del autor, Madrid, 1972, p. 43.

Tabla 5. *Distribuidoras españolas con mayor facturación (en millones de pesetas)*

Distribuidora	1966	1967	1968	1969	1970	TOTAL
C. B. Films	335	366	432	421	428	1.982
M-G-M	251	350	334	365	278	1.578
Filmayer	292	267	307	297	287	1.450
Paramount	217	210	227	337	353	1.344
Mundial	208	260	274	279	231	1.252
Suecia/CG	271	254	256	188	256	1.225
Universal	221	225	270	221	269	1.206
Filmmax	209	231	210	227	282	1.159
Dipenfa	183	210	215	227	221	1.056
Ízaro	158	154	227	240	245	1.024
Mercurio	196	172	162	180	210	920
As Films	178	162	190	163	152	845
Regia	–	167	182	194	300	843

Fuente: Elaboración propia.

Datos de López García, V., *Chequeo al cine español*, ed. del autor, Madrid, 1972, pp. 20-21.

El aumento de la producción española registrado en 1965 obligó a modificar la cuota de pantalla de cuatro a tres días de película extranjera por uno de española, pero esa medida no limitó la importación de producciones extranjeras, que se estabilizó en torno a los 300 largometrajes. Según la propia DGCT, «sólo en España el aumento de la producción nacional corre parejo con el aumento de la importación, ya que en los demás países el hecho de que se produzcan más películas nacionales trae consigo la consecuencia lógica de que disminuyan las importaciones de material extranjero. Así, en Francia, donde en los últimos siete años ha aumentado la producción en un 11%, disminuyó la importación en un 9%, y en Italia, donde la importación aumentó en un 137%, la importación disminuyó en un 19%. En nuestro país, en cambio, donde en el mismo periodo aumentó la producción en un 114%, aumentó también la importación en un 77%»⁴. En la práctica, un aumento de la producción nacional, unido a una estabilización de las importaciones, operaba en detrimento de las primeras, condenadas a esperar su turno para acceder al mercado y a menudo en desastrosas condiciones.

⁴ *Cineinforme* V, n.º 53, febrero 1967, p. 3.

La categoría de Interés Especial, el otro gran pilar de las Normas de García Escudero, sólo se concedió a un 17% de las películas producidas entre 1965 y 1970. En ese cajón de sastre dotado de subvenciones administrativas que, en la práctica, amortizaban el coste íntegro del film antes de su estreno, coincidían beligerantes apologías políticas –*Morir en España* (Mariano Ozores, 1964)– con retratos sociológicos del franquismo rodados con el ojo puesto en la taquilla –*La familia y... uno más* (Fernando Palacios, 1965)–, o la excepcional incursión hispánica de Orson Welles con *Campanadas a medianoche* (1966). Ése era el contradictorio peaje que las arbitrariedades de la dictadura exigían a un espacio que García Escudero había diseñado con la decidida intención de impulsar el Cine Infantil y el Nuevo Cine Español. Sólo 27 largometrajes de los producidos entre 1965 y 1969 se acogieron al primer epígrafe desde productoras a las que resultaba difícil disimular su condición de cazadoras de subvenciones. El Nuevo Cine Español también fue obra de unas pocas empresas que, con honrosas excepciones, estaban motivadas por intereses meramente oportunistas. La homologación que García Escudero estableció entre los alumnos egresados en Madrid de la EOC y los adscritos a la autodenominada Escuela de Barcelona pasaba por la concesión del Interés Especial a unos y otros. Ese aliciente fue el que estimuló la creación, en la capital catalana, de pequeñas productoras creadas por los realizadores implicados. Frente a los casi 70 millones recaudados por *La ciudad no es para mí*, *Fortunata y Jacinta* (Angelino Fons, 1969), la primera perteneciente al Nuevo Cine Español, apenas superó los 21 y *Cada vez que...*, la más vista de las de la Escuela de Barcelona, no llegó a los dos millones.

La crisis del modelo propuesto desde la Administración no provino, sin embargo, de los resultados de taquilla de sus pupilos, sino de la corrupta, previsible y tolerada sangría perpetrada por las coproducciones a cuenta del Fondo de Protección. García Escudero fue sustituido en 1967 por Carlos Robles Piquer, cuñado de Fraga Iribarne, como nuevo responsable de la cinematografía española. Dos años más tarde, las implicaciones de la deuda generada por el escándalo MATESA con el Banco de Crédito Industrial, que gestionaba los préstamos a la producción cinematográfica, acabaron de estrangular a la gallina de los huevos de oro. Entre 1968 y 1969, el cine perdió en España casi diez millones de espectadores y la asamblea extraordinaria de la Agrupación de Productores cuantificaba en 251.900.000 pesetas la deuda del Fondo de Protección correspondiente a 1969 y advertía «que de prolongarse esta situación imposibilitará seguir produciendo». Enrique Thomas de Carranza –sustituto de Robles Piquer ya bajo la presencia de Alfredo Sánchez Bella como ministro, y en una dirección general degradada a subsecretaría, con lo que implicaba de pérdida de peso político global para el cine– apenas reconoció 140 millones, cantidad similar a la que García Escudero ya había calculado en un estudio presentado a los productores en 1966 y sin que entonces se hiciera nada por evitarlo. Su gestión modernizó, qué duda cabe, el obsoleto aparato que sustentaba el cine español, pero

no impidió que sus sucesores en el cargo respondieran a las demandas de los productores con el lenguaje propio de una dictadura: endurecer la censura, suprimir la categoría de Interés Especial, elevar en un 20% el precio de las entradas, aumentar el tráfico de empresas del 2 al 3,5% para así asegurar las necesidades del Fondo de Protección y conceder un crédito extraordinario de 230 millones para saldar las deudas contraídas con los productores.

INFIES (1953-1957). Historia breve de una productora efímera

ASIER ARANZUBIA COB

Universidad Carlos III de Madrid

A pesar de que, sobre el papel, la rentabilidad historiográfica de un acercamiento a una empresa de producción española que únicamente consiguió sacar adelante un largometraje (y en coproducción) y varias películas cortas a lo largo de sus cuatro años de vida pueda presumirse exigua, la pormenorizada reconstrucción (que está a punto de acometerse en los párrafos que siguen a éste) de los distintos avatares que rodearon la gestación de, por un lado, los escasos proyectos de INFIES que se hicieron realidad y, por otro, la de los que no, espero sirva para demostrar lo contrario; y es que atendiendo a la corta vida empresarial de la firma creada en 1953 por Carlos Serrano de Osma y, sobre todo, a la conflictiva relación que ésta mantuvo con los organismos de clasificación y censura de la Administración franquista se puede obtener un fiel y ajustado retrato del funcionamiento y las rutinas del aparato cinematográfico español de los años cincuenta y, lo que es más importante de cara a satisfacer las expectativas de un congreso como éste, de las muy específicas y singulares características del sector de la producción.

UNA COPRODUCCIÓN HISPANO-ITALIANA

A finales de 1952, después de un prolongado periodo de inactividad, Serrano de Osma¹ se interesa por un guión basado en una obra teatral de carácter etnográfico y divul-

¹ Se hace necesario aquí un sucinto repaso a la trayectoria de Carlos Serrano de Osma inmediatamente anterior a la creación de INFIES: después de filmar de manera consecutiva, en apenas año y medio, cuatro películas

gativo, ambientada en la conquista de las islas Canarias, que responde al nombre de *Tirma* y que ha sido redactado por el propio autor del drama, Juan del Río Ayala, y por un abogado extremeño llamado Luis Martínez Carvajal. Para hacer realidad dicho proyecto los dos autores del guión, acompañados por quien habrá de ser el director de la película (esto es, el propio Serrano de Osma) y por Manuel del Río Suárez (hijo de Juan del Río) crean (de manera algo precipitada, como veremos) una empresa productora a la que bautizan con las siglas de INCIES (Industria Cinematográfica Española) y al mando de la cual sitúan, en calidad de director gerente, a Manuel del Río. Sin embargo, a principios de la primavera del año siguiente, y ante las sobradas muestras de incapacidad de INCIES para poner en marcha el proyecto, Serrano de Osma decide sustituir a Manuel del Río al frente de la productora, que a partir de ese momento pasa a llamarse INFIES (Industrias Fílmicas Españolas).

La cada vez más desmesurada envergadura del proyecto y los repetidos aplazamientos del inicio del rodaje terminan, a principios del año 1954, por convencer a Serrano de Osma de que la única manera de hacer realidad *Tirma* pasa por la colaboración con una empresa extranjera. Acogiéndose a un convenio bilateral de coproducción entre España e Italia, vigente desde el 2 de septiembre de 1953, INFIES y la empresa romana Film Costellazione firman, el 18 de marzo de 1954, un contrato para producir de manera equitativa (cada una de las partes se compromete a aportar el 50% del presupuesto) una superproducción en color que proyecta su anécdota argumental sobre el telón de fondo de los violentos acontecimientos que, a mediados del siglo XV, propiciaron la anexión de las islas Canarias a la Corona de Castilla.

Antes de seguir adelante es preciso señalar que en el momento en que *Tirma* se convierte en un proyecto internacional, la coproducción es un sistema de financiación que sólo muy recientemente ha comenzado a ser explorado por la industria cinematográfica española. Si bien las primeras medidas legislativas tendentes a regular este tipo de producciones se adoptan en 1953, ya en 1950 varias empresas españolas,

[Abel Sánchez. *Historia de una pasión* (1946); *Embrujo* (1947); *La sirena negra* (1947) y *La sombra iluminada* (1948)], por medio de las cuales consigue (no sin tener que hacer antes frente a un nada desdeñable cúmulo de adversidades) plasmar en imágenes y sonidos su muy personal e intransferible concepción del cinema, en los primeros compases de la década siguiente, y justo cuando el estreno, prácticamente simultáneo, en Madrid de sus dos últimas películas confirma el radical y definitivo desencuentro de su cine *telúrico* con el público y, sobre todo, con la crítica. Serrano de Osma se ve inmerso en un periodo de incertidumbre profesional. Incertidumbre que pronto se traducirá en una, en cierto grado previsible, renuncia a su particularísimo estilo y en la consiguiente reorientación de una carrera que a partir de ese momento se tornará errática y basculará entre el encargo (*Rostro al mar* [1951]), la codirección (*Parsifal* [1951]) y prolongados periodos de inactividad, jalonados por infinidad de proyectos frustrados, que, a finales de 1952, servirán para convencerle de que la única manera de seguir haciendo cine pasa por la autofinanciación, esto es, por la creación de su propia empresa productora. Es preciso señalar que durante los cuatro años que dura la experiencia INFIES, Serrano de Osma compatibiliza su trabajo en la productora con las clases que imparte en el IIEC. Para saber más cosas en torno a la carrera de Serrano de Osma puede verse (Aranzubia Cob, 2007).

aprovechando en cierto sentido el vacío legal en la materia, habían optado por un sistema de financiación que desde 1946 era ya una práctica habitual en otros países de Europa. El progresivo debilitamiento del bloqueo internacional al que había estado sometido el régimen franquista durante la década anterior permite la llegada de un capital extranjero que, lógicamente, se siente atraído por una industria en la que los salarios de los profesionales son considerablemente inferiores a lo que por aquel entonces es habitual en sus países de origen. Por otra parte, como bien ha señalado Carlos F. Heredero (1993: 104), «esta dinámica tiene la virtud añadida de poner en contacto a una industria atrasada, fuertemente constreñida por la censura, vigilada por el paternalismo proteccionista y muy ensimismada, con otras cinematografías más abiertas y competitivas, más liberales y más desarrolladas en su dimensión técnica y profesional». Así pues, en 1953 se comienzan a definir las bases legales de un sistema de financiación que en 1957 supondrá ya el 34,2% de la producción total de la industria española. Es pues, al abrigo de esta incipiente coyuntura donde germina –fruto de, como acabamos de ver, el primer convenio oficial² de coproducción firmado por las Administraciones española e italiana– la idea de convertir *Tirma* en una coproducción.

Como era de esperar, con la entrada de los italianos el proyecto *Tirma* –que en el mercado italiano será conocido como *La principesa delle Canarie*– adquiere una nueva dimensión. Según se desprende de la lectura del contrato que las partes implicadas firman el 18 de marzo de 1954, el presupuesto estimado ha experimentado un nuevo y considerable incremento (se habla ya de 18 millones). Las razones de este sustancial incremento habría que buscarlas en el hecho de que *Tirma* ha dejado de ser un filme en blanco y negro para convertirse en una espectacular superproducción en color –en *ferraniacolor* para ser más exactos: un sistema de fotografía en color de invención italiana³– cuyo reparto estará a partir de ahora encabezado por una pareja de estrellas italianas en cierne: Marcello Mastroiani y, sobre todo, Silvana Pampanini. Estos

² Existe, según ha señalado Pérez Perucha, un acuerdo de coproducción entre Italia y España anterior a éste de septiembre de 1953. Se trata de un «nebuloso acuerdo de coproducción entre la España franquista y la Italia mussoliniana» que no fue publicado en lugar alguno (de ahí que su oficialidad sea un tanto dudosa) y que dio lugar a una serie de coproducciones realizadas tanto en estudios españoles como italianos. Pérez Perucha constata también la existencia de unas madrugadoras coproducciones entre empresas españolas y portuguesas que se llevaron a cabo entre los años 1944 y 1951, «en un obvio intento por sustituir a la caída Italia por el país hermano (en el fascismo), en la inútil tentativa de mantener con buena salud una *internacional* cinematográfica del fascismo latino que, por lo demás, nunca tuvo demasiada existencia real» (Pérez Perucha, 1990: 24).

³ El hecho de que el sistema de fotografía en color elegido sea de procedencia italiana condiciona en gran medida el contrato de coproducción. En cierto modo, esto obliga a que la parte italiana se comprometa a hacerse cargo de lo que podríamos denominar toda la parte técnica de la producción. Es decir, Film Costellazione se compromete a aportar los 50.000 metros de negativo estipulados, así como a costear los gastos de laboratorio y montaje, y suyos serán también los equipos de filmación (cámaras, dollys, travelling, grupos electrógenos...) que se emplearán durante el rodaje en exteriores y buena parte del vestuario y atrezzo. En cuanto al personal, aparte de la pareja

cambios –y otros similares que afectan al diseño general de la producción y que, a fin de cuentas, suponen una total remodelación del proyecto original– van a acabar afectando, como no podía dejar de suceder, al argumento de la película. Así, desde el momento en que se firma el contrato de coproducción hasta que el 13 de abril se solicita un nuevo permiso de rodaje, el guión de *Tirma* va a ser objeto de un sinfín de modificaciones mediante las cuales no se pretende otra cosa que adaptar dicho libreto a las necesidades propias de una superproducción. En otras palabras, desde el momento en que *Tirma* se convierte en una producción internacional, la mencionada pretensión etnográfico-histórico-divulgativa que había presidido, tanto el original teatral como el proyecto esbozado por Serrano de Osma, va a ser relegada a un segundo plano; a partir de ahora, *Tirma* empieza a ser concebida como un gran espectáculo en pantalla panorámica y a todo color en el que, lógicamente, importa mucho más resaltar el incuestionable atractivo del paisaje isleño, y, sobre todo, el de la exuberante actriz italiana que encabeza el reparto, que esforzarse por ofrecer una crónica de la conquista de las islas Canarias respetuosa con una cierta verdad histórica⁴.

GRAVES PROBLEMAS DE COORDINACIÓN

Al poco de iniciarse el rodaje, esto es, en el mes de junio de 1954, Serrano de Osma constata que no puede ocuparse al mismo tiempo de la dirección del filme y de las complicadas gestiones de diversa índole que inevitablemente rodean a una producción de las dimensiones de *Tirma*, y decide dejar en manos de Paolo Moffa (hasta entonces una suerte de representante máximo de la parte italiana en el rodaje) la dirección absoluta de la película.

Al abundante catálogo de complicaciones que ya de por sí acarrea un rodaje en el que predomina el trabajo en exteriores y donde están previstas además varias escenas con desplazamientos de masas –es decir, con abundante figuración– pronto se van a sumar otros inconvenientes de diversa índole cuyo lógico e inevitable corolario es la prolongación de la duración del rodaje y el consiguiente incremento de los costes de producción. Cuando, al poco de darse por finalizado el rodaje –con aproximada-

protagonista, Film Costellazione aporta el director de fotografía (Enzo Serafin), el compositor (Franco Manera), el montador (Eraldo da Roma), varios guionistas (Antonio Pietrangeli, Michelangelo Antonioni, Diego Fabri y Antonio Civotto), al supervisor general (Paolo Moffa) y a otros técnicos con ocupaciones secundarias. La parte española se hace cargo de todo lo demás.

⁴ A pesar de su encomiable esfuerzo por ofrecer sendas descripciones «documentadas», «fidedignas» y «realistas» del pueblo aborígen canario y de su conflictiva relación con los conquistadores castellanos, tanto la obra original de Juan del Río Ayala como el primer guión ofrecen, a fin de cuentas, *crónicas intencionadas* y, por lo tanto, deformadas de la conquista de las Canarias.

mente dos semanas de retraso—, INFIES envía a la Dirección General una nota (expediente rodaje: 49/53) advirtiendo que el presupuesto final de *Tirma* ha superado con mucho las previsiones de sus promotores, la productora española justificará dicho incremento aludiendo, en primer lugar, a los cuantiosos gastos que ha acarreado la inesperada prolongación del rodaje («prorratas de los actores, posteriores pagas a técnicos y al resto del personal») y, en segundo lugar, a otra serie de gastos imprevistos, tales como los derivados de la construcción a última hora de un galeón, un asentamiento guanche o un campamento castellano. Lo cierto es que, contrariamente a lo que asegura INFIES en esta nota, si no todas, sí al menos alguna de estas construcciones ya estaban previstas en el guión definitivo, por lo que su inclusión en dicha carta responde, en mi opinión, a un intento desesperado por maquillar de cara a las instituciones (pensando en la ayuda que éstas habrán de conceder al filme) una nefasta gestión de producción que, según todo parece indicar, ha sido provocada, en última instancia, por una total y absoluta falta de coordinación entre las dos partes implicadas en el proyecto. Sin duda, la prueba definitiva al respecto la encontramos en el decisivo momento en que se acomete, en los laboratorios de Cinecittà —como había sido previamente acordado—, el montaje del material filmado. Es en ese preciso instante cuando toda esa serie de contradicciones estructurales que han acompañado al proyecto desde que éste comenzara a ser pensado en términos de coproducción quedan, de alguna manera, al descubierto y revelan la inconsistencia del entramado financiero y, sobre todo, organizativo a partir del cual se ha levantado *Tirma*. Me estoy refiriendo a la llamativa circunstancia de que los técnicos italianos encargados del montaje —muy probablemente con Serrano de Osma supervisando la operación— se vean obligados a eliminar de la versión definitiva algunas de las secuencias cuya filmación había requerido un mayor esfuerzo de producción durante el rodaje. Escenas algunas de ellas espectaculares y, por lo tanto, de elevado coste, a las que, sin embargo, y por diversos motivos, resulta imposible encontrar acomodo en el montaje definitivo del filme⁵. Tal es el caso de una secuencia en la que un gigantesco decorado que reproducía a tamaño natural el Real de Las Palmas era pasto de las llamas y que, por razones desconocidas, a pesar de haber sido rodada, no fue finalmente incluida en el montaje *definitivo* de la película. No cabe duda de que este y otros despilfarros similares⁶

⁵ Llegados a este punto, es preciso señalar que en el caso de *Tirma* es muy difícil hablar de un montaje definitivo ya que, al parecer, a este primer montaje, efectuado a finales de 1954, le seguirían otros antes del estreno oficial de la película en la primavera de 1956. Aunque no está probado, existen numerosos datos que invitan a pensar que incluso llegaron a filmarse escenas adicionales varios meses después de haberse dado por finalizado el rodaje.

⁶ Carlos Platero (1981: 141), a quien debemos también el dato del descarte de la escena en la que ardía el remedo del Real de Las Palmas, señala que «por unas u otras causas, se estuvo malgastando dinero en maquetas que no se usaron, en escenas que después de rodadas una y otra vez no aparecieron en la pantalla, en el abono de terrenos que hubo poco menos que adquirirse para transitarlos».

podrían haberse evitado o al menos minimizado con una adecuada planificación del rodaje y, sobre todo, si ambas partes hubieran realizado un esfuerzo suplementario con vistas a coordinar sus distintos cometidos a lo largo y ancho del dilatado y azaroso periodo de gestación de *Tirma*.

100 UN «PEPLUM» POCO ESPECTACULAR

Coincidiendo con el momento en que Serrano de Osma y los suyos realizan las primeras gestiones de preproducción encaminadas a hacer realidad el proyecto *Tirma*, esto es, en las postrimerías de 1952, comienzan a detectarse en la industria del cine italiano los primeros síntomas de algo que, siguiendo a Carlos Aguilar (1999: 205-214), podríamos llamar la resurrección a gran escala de un género que ya había vivido en el país mediterráneo, en concreto durante la época muda, su primer periodo de esplendor: el *peplum*. Pues bien, no es extraño que, algo más de un año después, cuando, por razones ya suficientemente explicadas, una casa productora italiana tome cartas en el asunto *Tirma*, aportando la mitad del capital necesario para sacar adelante una producción cuyo presupuesto es ya para entonces considerable, no parece extraño, decía, que, desde ese preciso instante y aprovechando el carácter tímidamente épico y legendario del guión que, como punto de partida, aporta la parte española, se proceda a diseñar una producción que en lo sustancial reproduce esa *manera de hacer* propia del renacido e incipiente *peplum*, y es que si algo caracteriza a este género, aparte de la casi obligatoria ambientación de sus historias en el periodo clásico grecolatino, es su tendencia a otorgar un carácter protagónico en el interior de sus representaciones a aspectos llamados habitualmente a tener un papel subsidiario en el resto de producciones: tal es caso de los decorados, el vestuario y la figuración (cualidades éstas predicables también de esos *Kolossals* americanos, buena parte de ellos rodados en Cinecittà, que proliferan también justo en aquellos años al abrigo del perfeccionamiento técnico en los sistemas de color y la ampliación de los formatos). Así pues, tratando de repetir una fórmula de contrastada solvencia, el equipo internacional de producción de *Tirma* renueva sus esfuerzos en pos de la consecución de un filme (en pantalla panorámica y *ferraniacolor*, no lo olvidemos) en el que, a los ya previstos y espectaculares escenarios naturales, se sumen unos cuantos decorados mastodónticos, un vestuario fastuoso (directamente importado de Italia⁷) y varias escenas con impactantes movimientos de masas. Sin embargo, la operación no va a deparar, ni de lejos, el resultado esperado.

⁷ El diario *Falange*, a 3 de junio de 1954, notifica la llegada, procedente de Italia, a Las Palmas de un cargamento de «vestuario, calzado y armamento para tropas castellanas del siglo XV» (citado en Cabrera Déniz, 1998: 260).

Lastrada por un sinfín de circunstancias imprevistas⁸, en buena medida provocadas por la ya mencionada descoordinación imperante a lo largo y ancho de todo el proceso de producción, *Tirma* no consigue alcanzar su objetivo ideal, esto es, hacer suya la grandilocuencia escenográfica propia del *peplum*, y tiene que conformarse con ser un modesto, y por momentos desaliñado, filme de género que apenas despertará el interés del público español y que acabará convirtiéndose en un negocio ruinoso. A fin de cuentas, el primer (y último) largometraje de INFIES no es otra cosa que un apañadito catálogo de tópicos narrativos y visuales de diversa procedencia genérica (siendo el caudal del *western* el más frecuentado) cuyo atractivo (que lo tiene) estriba en su capacidad para reproducir alguna de las virtudes propias de un cierto cine de consumo rápido europeo. Estoy pensando en esa agilidad narrativa que exhibe la cinta a lo largo de buena parte de su metraje y, sobre todo, en el inesperado (si tenemos en cuenta las primeras versiones del guión y también, por qué no, la pacata moral de la España de los cincuenta⁹) talante lúdico y sensual de escenas como aquella en la que una joven guanche de formas turgentes, convenientemente despatarrada sobre la hierba, es empleada como señuelo para atraer la atención de unos solícitos soldados castellanos sobre los que no tardará en precipitarse la hasta entonces oculta horda nativa. La concurrida galería de besos y arrumacos con que los personajes decoran sus encuentros amorosos insiste en ese talante desprejuiciado que se respira a lo largo del filme, y que es, como decía, uno de los principales atractivos de esta primera (y última) incursión de INFIES en el ámbito del largometraje.

OTROS PROYECTOS DE INFIES

Cuando todavía no se ha pensado en la posibilidad de sacar adelante *Tirma* recurriendo a la fórmula de la coproducción con una empresa foránea, esto es, en diciem-

⁸ Los improvisados cambios en los puestos de máxima responsabilidad durante el rodaje (con el agravante de que éste se lleva a cabo en estudios y escenarios naturales separados por varios miles de kilómetros), los sucesivos retoques en la moviola, la filmación de planos y secuencias adicionales y los remontajes de última hora son algunos de los lastres y contratiempos a los que habrá de hacer frente *Tirma* y que a la postre determinarán en gran medida su acabado final. Y así, siguiendo este orden de cosas, no es difícil encontrar a lo largo de la película clamorosas infracciones del *raccord* como aquella en la que a un primer plano de Guayarmina (rodado por Serrano de Osma en estudio) que sirve para adjudicar a ésta la paternidad del plano subjetivo siguiente, le sigue un plano de exteriores (rodado por Paolo Moffa), y tras este último otro plano rodado en estudio en el que Guayarmina, sorpresivamente (el diálogo nos advierte de que no ha habido elipsis temporal), ya no está junto a la ventana desde la que le vimos observando lo que sucedía en el exterior (el plano subjetivo), sino que se encuentra ahora en un piso inferior, esto es, muy lejos de la posición que ocupaba en el plano inmediatamente anterior.

⁹ La Iglesia española hizo todo lo que estuvo en sus manos (esto es, le impuso el fatídico 3-R) para entorpecer la carrera comercial del filme.

bre de 1953, INFIES solicita en la Dirección General de Cinematografía un permiso de rodaje para el que está previsto sea el segundo largometraje de la casa. El origen del proyecto en cuestión es un guión titulado *El caballero del diablo*—elaborado por Agustín Navarro y J. A. Gómez a partir del drama teológico de Tirso de Molina *El condenado por desconfiado*— y el director previsto no es otro que Serrano de Osma.

El drama de Tirso (al que, según parece, es bastante fiel el guión de Navarro y Gómez¹⁰) expone —a través de la desgraciada peripecia vital de un ermitaño al que confunde el diablo haciéndole creer que su destino está inexorablemente unido al de un rufián napolitano— una tesis teológica en torno al libre albedrío y la predestinación. Los lectores de la censura dan el visto bueno a la adaptación, pero advierten de los peligros inherentes a un drama teológico al que, en ocasiones, se «le han atribuido erróneamente intenciones equívocas (por ejemplo, una crítica de la vida conventual, etc.)», y que, en su momento, llegó incluso a suscitar, según comenta otro lector, «querellas entre los dominicos y la Compañía de Jesús». Por otra parte, también hay quien denuncia el escaso interés que los guionistas demuestran en su libreto por la cuestión teológica de fondo: «parece que más que al proceso psicológico íntimo de las dos figuras centrales, se da importancia a la forma de conseguir una película de acción interesante y buen ritmo». Por último, el vocal eclesiástico elabora un extenso y detallado informe en el que se aconseja suprimir o aligerar «muchas escenas de lascivia que aparecen expuestas con demasiada plasticidad», ya que, en su docta opinión, «Tirso no da tanta preponderancia a los pecados cometidos contra la honestidad» (expediente rodaje: 754).

En enero de 1954, la Dirección General decide conceder a INFIES el permiso de rodaje solicitado. Sin embargo, los inesperados y sucesivos retrasos primero, y la definitiva puesta en marcha del rodaje de *Tirma* después (coincidiendo con la fecha prevista para el arranque del rodaje de este segundo proyecto de INFIES), van a hacer del todo inviable esta adaptación a la pantalla del a lo que parece conflictivo drama teológico de Tirso de Molina. Y no sólo eso, sino que, muy probablemente condicionados por la inesperada lluvia de reparos y advertencias con que la censura previa obsequia al guión, los responsables de INFIES van a desestimar la posibilidad de acometer este proyecto en un futuro próximo; así lo certifica el hecho de que, al poco de dar por finalizado el rodaje de *Tirma*, la productora solicite un permiso de rodaje para una producción distinta.

El proyecto en cuestión parte de un guión original escrito al alimón por los actores, además de hermanos, Rubén y Gustavo Rojo (que acababa de interpretar a uno de los

¹⁰ Según se desprende de los informes de los lectores de censura, la única modificación relevante tenía que ver con el hecho de que la primera parte del guión estaba ambientada en el presente (unas personas acceden a un teatro donde se representa la obra de Tirso); el resto reproducía la época y el ambiente del original.

personajes centrales de *Tirma*) y se titula *Cristina ante el espejo*. Según consta en el expediente administrativo, el propio Serrano de Osma iba ser el encargado de dirigir una película cuya excusa argumental gira en torno a la crisis sentimental de un matrimonio acomodado. De todos modos, no pasará mucho tiempo antes de que la censura previa suspenda, de manera categórica y definitiva —esto es, desautorizando un guión que pretende ser el germen de un filme que se atreve con el tabú del adulterio¹¹—, todos los preparativos de la que se esperaba fuera la segunda producción de INFIES.

Por estas mismas fechas —a saber, finales de 1954— principios de 1955— Serrano de Osma trata de poner en pie, esta vez sólo como productor, una adaptación cinematográfica del célebre drama lorquiano *Yerma*. Para ello el director-propietario de INFIES se traslada a París donde, al parecer, mantiene contactos con empresas francesas pensando en la posibilidad de recurrir de nuevo a la coproducción. Pero desgraciadamente, según comentaría el propio interesado varios meses más tarde, «cuando estaba ya todo casi a punto, cuando parecía inminente el rodaje, no se pudo llegar a un completo arreglo con los herederos de Lorca, y toda una labor que iba a culminar felizmente quedó en suspenso»¹². Si al innegable atractivo de la pieza original sumamos el del cotizado terceto técnico-artístico (Indio Fernández, Gabriel Figueroa y María Casares) que, siempre según palabras del propietario de INFIES, iba a encabezar la producción, debemos convenir en que la suspensión del proyecto supuso en verdad una mala noticia para el cine español.

Y tras este ramillete de tentativas nulas, por fin, a principios de enero de 1955, INFIES va a conseguir hacer realidad uno de sus proyectos. Se trata de una serie compuesta por tres cortometrajes documentales en color sobre las islas Canarias, dirigidos por Agustín Navarro [*Lanzarote* (1955), *Pequeño continente* (1955), *Cumbres de Gran Canaria* (1956)] que, de alguna forma, vienen a suponer una prolongación, o un epílogo turístico si lo prefieren, a la experiencia *Tirma*. La idea que está detrás del proyecto es bien sencilla: se trata de extraer una rentabilidad añadida a la primera producción de la casa aprovechando tanto los conocimientos adquiridos durante el rodaje en la isla de Gran Canaria (localizaciones, infraestructuras...) cuanto la familiaridad adquirida con un sistema de fotografía en color de importación, gracias al cual se espera trasladar al celuloide toda la belleza inherente al fotogénico paisaje insular. Con todo, no parece que estos tres modestísimos (en todos los sentidos) corto-

¹¹ En la carta que la Dirección General envía a INFIES notificando la no concesión del permiso de rodaje puede leerse lo siguiente: «Esta Dirección General, vistos los informes que ha merecido el guión correspondiente a dicho proyecto, ha resuelto desestimar su petición, denegando en consecuencia el permiso de rodaje solicitado, ya que las características de la obra mencionada, particularmente en sus aspectos temático y argumental, así lo aconsejan» (la cursiva es mía) (exp. rod.: 838).

¹² Morales, Servando, «Nuestras islas se dan muy bien para el cine. El director y productor español Carlos Serrano de Osma habla de todo esto», *La Tarde* (Santa Cruz de Tenerife), 9 de mayo de 1955.

metrajes lograran dar una respuesta satisfactoria a las expectativas de la productora; a saber, ganarse al público con un producto convencional (documental turístico del tipo monótona sucesión de tarjetas postales) no desprovisto de cierta novedad (las mismas vistas de siempre pero en colores). Operación ésta, como se ve, similar a la ejecutada en el caso de *Tirma*; aunque, eso sí, en versión humilde y, por supuesto, sin trama aventurera y reparto de postín de por medio.

EL PEQUEÑO RÍO MANZANARES

Coincidiendo con el momento en que arranca la serie de cortometrajes turísticos a la que acabo de hacer referencia, la firma de Serrano de Osma trata de sacar adelante otro proyecto documental que, de alguna manera, prefigura lo que casi dos años más tarde vendrá a suponer el debut profesional de Carlos Saura. El proyecto documental al que me refiero se apoya un guión titulado *Horas de Madrid*, escrito por el propio Saura (por aquel entonces alumno de tercer curso en el IIEC), en el que, tomando buena nota de las enseñanzas de Walter Ruttmann y los maestros soviéticos, se pretende dotar de entidad filmica (a través de continuos contrapuntos visuales) a una jornada cualquiera (desde el amanecer hasta el ocaso) en la vida de una gran ciudad: en este caso, Madrid. A pesar de que la censura previa da, en enero de 1955, el visto bueno al proyecto (expediente rodaje: 5/55), éste, por razones que desconozco, no llega a rodarse nunca. Sin embargo, casi dos años después, INFIES vuelve a ofrecer a Saura (todavía alumno del centro) una nueva oportunidad de rodar un cortometraje profesional. Así, con la ayuda de Ignacio Aldecoa, el joven estudiante de cinematografía elabora un nuevo guión en el que la ciudad de Madrid y sus gentes vuelven a desempeñar un papel relevante. Siguiendo desde su nacimiento en la sierra de Guadarrama el cauce del río Manzanares, el cortometraje ofrece un retrato parcial e itinerante de la geografía física, pero también humana, de la ciudad del Oso y el Madroño. Recuperando en cierta medida uno de los contrapuntos visuales esbozados en el guión de *Horas de Madrid*, a la pétrea inmovilidad de los puentes y construcciones que se asoman a las orillas del río se contraponen el dinamismo de esas gentes que, como reza la voz en *off*—haciéndose eco de esa evidente y por lo demás algo manida metáfora que marida el constante fluir del río con el de la vida humana—, continúan, a pesar de todo, «naciendo, viviendo y muriendo». Convenientemente enmarcadas por dos soluciones formales que otorgan carta de naturaleza cinematográfica a esa dicotomía esencial a partir de la cual el filme construye su sentido¹³, imágenes de muerte y de vida se suceden, en

¹³ En los primeros compases del filme un inesperado barrido (vertical) arrastra con violencia nuestros ojos desde el perfil de la sierra de Guadarrama hasta el *nacimiento* del río; otro barrido, éste de izquierda a derecha, nos lleva

ocasiones superponiéndose, a lo largo de todo el relato. Así, junto a esa serie de planos que ponen el acento en la bulliciosa actividad humana generada en los márgenes del río (tanto la derivada de las horas de trabajo como de las de asueto), otras imágenes, de muy distinta estirpe, irán, de forma paulatina pero constante, apoderándose del paisaje visual del filme hasta teñirlo definitivamente con colores de muerte.

A pesar de que Saura ha comentado en alguna ocasión que no considera este documental como una obra suya¹⁴, el sencillo ejercicio de cotejar el guión de *El pequeño río Manzanares* (firmado por Aldecoa y el propio Saura, no lo olvidemos) con la copia de la película que guarda la Filmoteca Española parece demostrar, vía escrupuloso respeto del filme al texto literario que le sirve de base, lo contrario. Podría haberse dado el caso de que alguien, ciñéndose estrictamente al guión, filmara, como parece desprenderse de las en cierto grado contradictorias palabras de Saura, la mayor parte de la película tocándole en suerte después al futuro director de *Los golfos* (Carlos Saura, 1959) ejercer como ocasional y sufrido *apagafuegos*. No parece, sin embargo, que esta hipótesis se sostenga si atendemos, por un lado, a la génesis del proyecto (estoy pensando fundamentalmente en el claro antecedente que en mi opinión es *Horas de Madrid*) y, por otro, a las, insisto, contradictorias declaraciones del propio Saura. Sea como fuere, desde mi punto de vista, nada hay en este modesto, y por momentos inspirado cortometraje, que pueda avergonzar al cineasta (o cineastas) que en el otoño de 1956 se acercó con su tomavistas a las orillas del Manzanares para levantar acta fílmica de un río, sus puentes y, sobre todo, de esas gentes de Madrid cuyas vidas (y muertes) discurrían paralelas a su corriente.

Coincidiendo con el periodo de realización de *El pequeño río Manzanares*, INFIES pone en marcha otro proyecto similar: se trata de un cortometraje documental de arte (sin duda, la especialidad o variante más frecuentada por los documentalistas españoles durante esta década y la siguiente) que lleva por título *Momento de Velázquez* (Eugenio Martín, 1956) y que va a ser escrito y dirigido por otro alumno de tercer curso del IIEC. Tomando como referencia la obra de uno de los pintores que mayor atención ha despertado (y despertará en años sucesivos) entre los documentalistas patrios, Eugenio Martín elabora un cortometraje en el que la casi obligatoria filma-

en volandas desde un plano general de Madrid hasta un lúgubre *cementerio* poco antes de que la palabra «fin» interrumpa de manera definitiva el sereno fluir de las imágenes. Pero aún hay más: en el penúltimo plano del filme, el que sigue al del cementerio, la cámara de Saura se entretiene en filmar la tierra ajada de la orilla del Manzanares, como queriendo insistir así en esa velada asociación entre el río y la muerte que proponen las imágenes y los sonidos de *El pequeño río Manzanares*.

¹⁴ «No lo doy como una obra mía, porque tengo la impresión de que se ha manipulado tal como lo filmé. Yo rodé un par de días con unas colas de *ferraniacolor* y se quedó todo colgado. Fue una propuesta de Serrano de Osma que era profesor mío en el IIEC. Me llamó aparte y me dijo: *Mira, Carlos, como tú eres fotógrafo quizás puedas hacer algo con esto*. Yo me sentí halagado y acepté, porque me parecía una prueba de confianza; pero luego vimos que aquello era inservible, estaba medio podrido y muy pasado de fecha y color» (Sánchez Vidal, 1988: 16).

ción de los cuadros del eximio artista de turno, convenientemente aderezada desde la banda de sonido por una didáctica voz en *off*, característica del grueso de la producción documental de arte del periodo, va a ser sustituida por una curiosa recreación, a partir del trabajo de un grupo de actores, del momento en que Velázquez pinta dos de sus cuadros más célebres: *Las meninas* y *La cacería en El Pardo*. La siempre equívoca etiqueta de documental pierde así, al renunciar el cineasta a ese ramillete de estilemas consustanciales a la mencionada variante genérica, la escasa operatividad que se le presumía.

El último cortometraje que acomete INFIES es una modesta película promocional en torno a la motocicleta «Vespa». Recurriendo a ese tono distendido y jovial que caracteriza al grueso de los reportajes de sociedad que ha producido el NO-DO en esa década y en la anterior, en *Sobre dos ruedas* (Rafael Cabezas, 1957) se presta atención a los distintos *hitos históricos* que han ido jalonando la reciente irrupción y fulgurante consolidación de la famosa motocicleta de origen italiano en el parque automovilístico español de los años cincuenta. El principal foco de interés de esta película publicitaria reside en su capacidad para reflejar los primeros síntomas de ese cambio, ese periodo de modernización si se quiere, que está comenzando a experimentar a finales de los cincuenta la sociedad española, y que poco tiempo después dará lugar a eso que los historiadores han llamado la España del desarrollismo. Cambio y modernización, por tímido que éste sea, al que se opondrán no pocos sectores de la carpetovetónica familia franquista, entre los que no podía faltar algún que otro representante del aparato cinematográfico. Tal es el caso, sin ir más lejos, de uno de los lectores de la censura previa encargado de valorar este inocuo corto publicitario que daba cuenta en su tramo final de la reciente visita que los miembros del simpático Club Vespa de Barcelona habían realizado al Sumo Pontífice en su residencia de verano. Las palabras de este inspirado y riguroso censor no precisan mayor comentario: «El lector que informa considera inadmisibles muy pocas cosas. Pero una de ellas es la de que se comprometan figuras tan importantes como la del Papa en la propaganda y publicidad de unas cosas que no sirven para nada más que para que los chicos de familias ricas lleven a las novias a la Cuesta de las Perdices. Propongo su prohibición» (expediente rodaje: 2/57).

ÚLTIMOS PROYECTOS DE INFIES

Durante todo este tiempo en el que INFIES, con Miguel Ángel Martín Proharán al frente, parece encaminar buena parte de sus esfuerzos a la consolidación de algo que, pecando de indulgente, podría denominar la sección de cortometrajes de la firma madrileña, Serrano de Osma, por su parte, sigue empeñado en sacar adelante distintos proyectos largos en los que, por si cabía alguna duda, el futurible puesto de direc-

tor recae siempre sobre su persona. El más vaporoso de todos ellos (no me consta que se solicitara permiso de rodaje) parte de un guión titulado *San Fermín* –pergeñado por el escritor navarro, especializado en temas militares, Rafael García Serrano– que el profesor de realización del IIEC pensaba poner en imágenes durante la celebración de las multitudinarias fiestas pamplónicas del verano de 1955¹⁵.

En mayo de 1956, INFIES solicita el preceptivo cartón de rodaje para la adaptación fílmica de una comedia de Carlos Arniches titulada *El Señor Adrián, el primo*. A partir de un primer tratamiento elaborado por el propio Serrano de Osma, el joven dramaturgo y guionista Alfonso Paso escribe después un guión que, en lo esencial, es fiel al texto de partida. Según comentaba el propietario de INFIES por aquellas mismas fechas a los micrófonos de Radio Nacional, la película iba a estar «localizada en los años de su acción, es decir, en 1927», ya que lo que se pretendía era que la época y el ambiente jugaran con «valor de intérprete». También aseguraba que su intención era «conseguir una película de costumbres sin más ambición que la de dar un acento de sinceridad a la historia y a sus personajes»¹⁶. Pues bien, a pesar de que el guión supera sin mayores problemas la prueba de la censura previa, INFIES no consigue poner en marcha el rodaje dentro de los plazos fijados por las sucesivas prórrogas que a lo largo de 1956 la Dirección General de Cinematografía concede a la productora (expediente rodaje: 56/56). Todo parece indicar que la ruinosa situación financiera en la que ha quedado INFIES tras el descalabro de *Tirma* es, una vez más, la causa última que explica el estancamiento y la definitiva suspensión de este proyecto costumbrista.

En octubre de 1956, cuando todavía se sigue intentando sacar adelante la producción *El Señor Adrián*, INFIES solicita un permiso de rodaje para un nuevo proyecto. Se trata de una adaptación del célebre drama de Ibsen, *Juan Gabriel Borkman*, que ha sido escrita en el exilio por Alejandro Casona, el hombre que hizo posible y dirigió durante el periodo republicano el Teatro del Pueblo de las Misiones Pedagógicas. El jugoso informe de uno de los lectores de la censura previa (expediente rodaje: 133/56) que reseña a continuación expone con (dolorosa) claridad las razones por las cuales la adaptación de Alejandro Casona no podía ser, a mediados de los cincuenta, el origen de una película española:

La obra adaptada es quizá la más significativa del teatro revolucionario de Ibsen porque se apoya y gira sobre dos mentalidades femeninas antagónicas: la tradicional rígida, severa, deshumanizada –Hilda– y la ibsiana –Elena– que rompe la tradición y todas las convenciones sociales para dar paso al sentimiento femenino de entrega al sexo con todas las consecuencias.

¹⁵ En declaraciones a *La tarde* de Santa Cruz de Tenerife, el 9 de mayo de 1955. Curiosamente, y según ha comentado algún alumno del IIEC (Blanco Mallada, 1989: 43), justo en aquellas fechas Rafael García Serrano se había presentado a la prueba de ingreso en el IIEC y había sido rechazado.

¹⁶ En declaraciones a *Radio Nacional de España* en junio de 1956.

Si a esta mentalidad de Ibsen le damos, como en este caso, un «tempo» socialista o materialista de la importancia literaria y dramática de Alejandro Casona –discípulo de aquél, pero con contaminaciones ideológicas y políticas de signo negativo– nos encontramos con un guión cinematográfico magnífico, con una obra literaria muy respetable, pero en pugna abierta y desgarrada con los principios morales y sociales que tenemos establecidos.

Al informante le tiembla un poco el pulso para escribir que no hay posibilidad, dentro del actual criterio de censura, de aprobar este guión. Pero ante el riesgo de que, realizada la película, pueda surgir la prohibición –y si se hace el guión tal como está escrito o la obra teatral tal como es no puede esperarse otro dictamen–, propongo la prohibición.

108

Así pues, cortada en seco por la censura previa toda probabilidad de hacer realidad el proyecto de *Juan Gabriel*, INFIES, inasequible al desaliento, vuelve a la carga el mes siguiente con un guión titulado *Dios hizo la tierra* que ha sido escrito en comanda por Agustín Navarro y Carlos Serrano de Osma. El guión en cuestión cuenta la historia de un científico nuclear occidental que hace escala en la isla de Lanzarote, lugar desde el que pretende organizar su inminente fuga al otro lado del *Telón de Acero*. Aunque los lectores de la censura aprueban el libreto, en sus respectivos informes hacen constar que no confían demasiado en las posibilidades del mismo. Muy probablemente condicionados por estos informes negativos, los máximos responsables de INFIES deciden contratar los servicios de un escritor para que les ayude a mejorar el texto.

Aunque no conozco el libreto que surge de esta nueva colaboración con Ignacio Aldecoa, el hecho de que Serrano de Osma decida cambiarle el título (en adelante *Dios hizo la tierra* pasará a llamarse *Fuego dormido*) parece indicar que las modificaciones efectuadas por el autor de *Gran Sol* fueron determinantes. Sea como fuere, este proyecto, y con él la primera aventura empresarial de Serrano de Osma en el ámbito del cinema, pasarán, a mediados de 1957, a mejor vida. De alguna forma, los sucesivos fracasos de *El señor Adrián* y *Dios hizo la tierra* *Fuego dormido* acaban por convencer a Serrano de Osma de la imposibilidad de acometer cualquier producción con su empresa; y es que el todavía reciente estreno de *Tirma* unos meses atrás no había hecho sino debilitar aún más la precaria situación de INFIES, precipitando su quiebra definitiva. Así las cosas, abrumado por las deudas, al obstinado y contumaz propietario de INFIES no le queda otro remedio que renunciar a sus proyectos y bajar de manera precipitada y definitiva la persiana de su *negocio*¹⁷.

¹⁷ Aunque no dispongo de datos definitivos al respecto, todo parece indicar que el cierre de la empresa fue en realidad un traspaso. Así lo pone de manifiesto el hecho de que Joaquín Argamasilla, antiguo director general de Cinematografía, produzca un año después un largometraje bajo las siglas de INFIES: se trata de *Mara* (Miguel Herrero, 1958), un filme en el que curiosamente las Islas Afortunadas vuelven a representar un papel decisivo.

CONCLUSIONES

La puesta de largo del profesor del IIEC como director-propietario de una empresa cinematográfica estuvo desde un primer momento condicionada por toda esa serie de decisiones erróneas que se adoptaron durante el periodo de gestación de *Tirma*. Todo lo que vino después fue un permanente querer y no poder, un continuo rendir cuentas pasadas, que se vio además agravado por la ceguera y severidad de una censura previa poco dispuesta a facilitar la irrupción, no ya de propuestas rompedoras, sino incluso de productos más o menos académicos cuyo único delito estribaba tal vez en una poco oportuna pretensión de introducir nuevos decibles en el encorsetado cine español de los cincuenta. De todas formas, la frustrante experiencia de INFIES no traerá consigo la renuncia definitiva de su factótum —y ahí está Visor Films para demostrarlo—, pero, de alguna manera, sí que le obligará a replantearse sus ideas acerca de la industria del cine en España y, lo que es más importante de cara a comprender la posterior deriva de su carrera cinematográfica, este aparatoso fracaso empresarial hará profunda mella en su hasta entonces proverbial entusiasmo.

De cualquier forma, la primera aventura (temeraria y, a la postre, suicida, como casi todas las que protagonizó) de Carlos Serrano de Osma en el ámbito de la producción reviste un innegable interés por varias razones:

1. Porque los proyectos que finalmente (y no sin antes superar una lista considerable de obstáculos) se tradujeron en filmes concretos lo hicieron de una manera en algunos casos ejemplar (*El pequeño río Manzanares*) y en otros tan acentuadamente singular (*Tirma*) que los hace merecedores de un capítulo aparte en la historia del cine español de los años cincuenta.
2. Porque las recién citadas dificultades que jalonaron la vida administrativa de la mayor parte de los proyectos de INFIES (las de los que se hicieron y, obviamente, las de los que se quedaron a medio camino) los convierte en involuntarios compendios de toda la casuística de control y censura de la época.
3. Porque INFIES (al igual que en la década siguiente sucedería con la segunda empresa de Carlos Serrano de Osma: Visor Films) tuvo siempre el estimable (y atípico) propósito de convertirse en una productora que facilitase el salto al cine profesional de los jóvenes valores que se estaban formando en el IIEC.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, C. (1999), «Romanos en España», en Monterde, J. E. (coord.), *Ficciones históricas. Cuadernos de la Academia*, n.º 6, pp. 205-214.
- Aranzúbia Cob, A. (2007), *Carlos Serrano de Osma. Historia de una obsesión*, Madrid, Filmoteca Española (en prensa).
- Blanco Mallada, L. (1989), *IIEC y EOC. Una escuela para el cine español*, Tesis doctoral inédita, Universidad Complutense de Madrid.
- Cabrera Déniz, D. (1998), «*Tirma/La principessa delle Canarie*, diálogos con la Historia», en *Tras el sueño*, Actas del VI Congreso de la Asociación Española de Historiadores del Cine, Madrid, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, pp. 255-268.
- Herederó, C. F. (1993), *Las huellas del tiempo. Cine español 1951-1961*, Valencia, Filmoteca de la Generalitat/Filmoteca Española.
- Pérez Perucha, J. (1990), *Mestizajes (Realizadores extranjeros en el cine español, 1913-1973)*, Vol. I, Valencia, 11 Mostra de Valencia.
- Platero, C. (1981), *El cine en Canarias*, Las Palmas de Gran Canaria, Edirca.
- Sánchez Vidal, A. (1988), *Carlos Saura*, Zaragoza, Caja de Ahorros de la Inmaculada de Aragón.

Un caso particular en la producción independiente: la *Central del Curt* (CDC) y la *Cooperativa de Cine Alternativo* (CCA)

ROBERT ARNAU ROSELLÓ
HUGO DOMÉNECH FABREGAT
Universitat Jaume I de Castellón

111

La *Central del Curt* (CDC), no sólo por su ferviente actividad en la publicación de textos sobre su peculiar experiencia y por su expreso desapego de la mal entendida «propiedad intelectual» (según nos confiesa modestamente Martí Rom, «las ideas no son de nadie, nadie inventa nada»), sino por la magnitud, representatividad y papel desempeñado en la producción y distribución de films en favor de la militancia cinematográfica tanto en la geografía catalana como estatal, es el referente y el nexo entre los diferentes colectivos, cineastas y movimientos de base, por lo que consideramos que merece una atención especial que culmina en la presente comunicación. Además, la *Central del Curt* (CDC) se erige como la primera plataforma alternativa de distribución y producción cinematográfica de las prácticas militantes en el Estado español y también se caracteriza, en la mayor parte de los casos, por una producción particular, generalmente a modo de informe-noticiario. Como productora y distribuidora autogestionada por sus miembros, contribuye de manera significativa a la configuración de una red cinematográfica de información y debate ideológico-político en una sociedad civil (la catalana) que presenta en la década de los setenta una cierta demanda de este tipo de productos culturales dado el contexto institucional de desgaste del régimen y de evolución política profunda que se vive en ese periodo. De este modo, se crea en Barcelona hacia 1974 la *Central del Curt* (CDC), fundada por Josep Miquel Martí Rom¹ y Joan Martí Valls, distribuidora de cine independiente

¹ Con el que nos hemos entrevistado personalmente, en este caso en la localidad de Monroig (Tarragona) el 24-VIII-2005.

y militante radicada en la misma ciudad que pone en marcha la Cooperativa de Cine Alternativo, en funcionamiento entre 1974 y 1979, y llega a realizar tres ediciones de un noticiario de contrainformación. Entre sus obras más notables se encuentra la película *Viaje a la explotación* (realizada por el Colectivo SPA –una agrupación de vocación libertaria que debe sus siglas al nombre del militante anarquista ejecutado a garrote vil en 1975, Salvador Puig Antich– meses antes de la creación oficial de la Cooperativa), *Carn crua* (una cinta no estrictamente militante, pero sí cargada de crítica) y *Les Energies* (una película sobre las posibilidades de las energías alternativas). Lo más llamativo y particular de este proyecto de producción fílmica es su carácter múltiple, ya que abarca desde la producción de material propio hasta el desarrollo de labores de distribución (a través de la *Central del Curt*) y de exhibición (consiguen hacerse con el control de la sala barcelonesa «Aurora»).

Josep Miquel Martí Rom² señala que la CDC surge cuando un grupo de personas que proceden de cineclubs universitarios y de grupos de aficionados al cine se plantean la necesidad de crear una plataforma alternativa que permita distribuir las películas militantes e independientes que se están realizando o produciendo en aquellos años setenta. Según el propio Martí Rom, material hay, desde los primeros trabajos del *Colectivo de Cine de Clase* hasta las películas vanguardistas que realizan gente como Pere Portabella. Lo que falta es una plataforma, más o menos estable, que organice su distribución y permita que estas obras lleguen a su público potencial que, al menos en Cataluña (donde existe en esa época una especie de antifranquismo sociológico), es bastante amplio. En sus años de mayor actividad, la *Central del Curt* organiza sesiones casi diarias y, según sus propios cálculos, hay temporadas en las que se ponen en circulación unas 700 películas. A principios de los años ochenta, con la profunda desmovilización política y social que promueven los partidos de izquierda al instalarse en las esferas más altas del poder, este circuito de producción y distribución alternativo termina desvaneciéndose hasta su fin.

Por otra parte, y en paralelo a las actividades de la *Central del Curt*, durante 1974 se crea la *Cooperativa de Cine Alternativo*³ (CCA) que también apuesta por el trabajo colectivo y anónimo. A lo largo de su singladura en las tareas de producción cinematográfica, esta cooperativa realiza filmes como *Un libro es un arma* (1975), en el que se denuncian los atentados que llevan a cabo los Guerrilleros de Cristo Rey en Barcelona y su área metropolitana; *Can Serra* (1975), donde se da voz a los primeros objetores de conciencia del Estado español; *La marcha de la libertad*, en la que se documenta una populosa acción que se organiza en 1976 para reclamar la autonomía

² Extracto de la entrevista realizada en la localidad de Monroig (Tarragona) el 24-VIII-2005.

³ Véase «Difusión del Cine Alternativo: La Central del Curt», material de prensa editado por la Semana Internacional de Cine de Autor de Benalmádena, enero 1978.

de Cataluña, o *La Dona*, cinta sobre uno de los primeros mítines feministas que se celebraron en España tras la muerte de Franco. Algunos de los postulados teóricos e ideológicos del grupo quedan reflejados en un manifiesto en favor del cine alternativo que elaboran en Almería junto a otros cineastas (entre ellos los miembros del *Colectivo de Cine de Madrid*) en agosto de 1975.

La CDC es, como afirma Josep Miquel Martí Rom⁴, la materialización de un grupo de gente que desde el ámbito de la producción cinematográfica pretende incidir en el contexto político del momento. Así, se sienten ideológicamente identificados con los diversos conflictos sociales y siempre existe un nexo común con las demás redes de movilización. Por ejemplo, se pretende difundir ciertas imágenes negadas desde la televisión estatal o el principal aparato de propaganda del régimen, el noticiario No-Do. Cabe reseñar que, en un principio, esta incipiente producción marginal cuenta para sus creaciones con un material cinematográfico precario y que además los miembros del mismo no tienen la suficiente formación para usarlo. Durante casi ocho años la CDC posibilita la difusión de unos 120 films que no circulan por los canales de exhibición comercial del Aparato Cinematográfico Industrial y que son producidos al margen de él, aparte de una media de 600 contrataciones de films por año de existencia.

Este proceso evolutivo del cine que se realiza al margen de las vías estandarizadas de producción en la industria y desde posturas diversas debe su auge a varios hechos interrelacionados: de un lado, la crisis del movimiento cineclubístico en Barcelona con la aparición hacia 1967 de las denominadas *Salas de Arte y Ensayo*, que producen en los años siguientes una progresiva disminución de las salas de cineclubs hasta el punto de prácticamente desaparecer de las calles de la ciudad; de otro lado, la puesta en marcha en 1968 de experiencias como la de *Aixelà*; y de otro, la existencia de la Comissió de Cinema de Catalunya, y los *Volti*, muy cercanos al sindicato CC. OO., que dinamizan la circulación de materiales no comerciales en Cataluña. Así, el tejido social catalán, debido a su proximidad con Francia, con las islas Baleares y al cosmopolitismo de su capital, es un conjunto de personas en las que se percibe un hábito de organizar actividades culturales de todo tipo, lo que genera una «red» (aunque un tanto difusa y variopinta) de locales que demandan productos culturales que programar en sus propios espacios. De esta manera, se produce un doble *feedback* entre los locales que buscan artistas y los artistas que buscan locales para exhibir sus obras; caldo de cultivo que aprovecha la CDC para constituirse como entidad cooperativa autónoma.

⁴ Martí Rom, J. M., *La central del Curt (1974-1982): una experiencia alternativa*, autoedición, octubre 1994. Interesante folleto que no ha tenido distribución y que nos ha facilitado el propio autor de su archivo personal. Incluye un análisis de la actividad de la CDC desde sus inicios hasta su disolución y de él están extraídos gran parte de los datos que se manejan en este epígrafe.

Precisamente los orígenes de la CDC se remontan a la primavera de 1974 durante la cual tres personas procedentes de diferentes cineclubs de la ciudad, Albert López Miró, del cineclub *Mirador*; Joan Martí Valls, del cineclub *Informe 35* (con seguridad la plataforma más politizada en aquellos momentos), y Josep Miquel Martí Rom, del cineclub *Ingenieros*, comienzan a trabajar en la idea de una cooperativa de producción y distribución. Desde los años sesenta existen espacios en los que se proyectan clandestinamente películas prohibidas por el régimen, como *Viridiana* u *Octubre*, organizadas por los distintos cineclubs que poco a poco van acumulando una base de material filmico nada desdeñable. Este material, en parte en manos del PSUC, en parte en las del *Volti* (o sea CC. OO.), confluye en la inmediatamente posterior CDC. Sus miembros son personas de veinte años, procedentes del contexto universitario, que encauzan su actividad vital e ideológica hacia la acción concreta, práctica, social y políticamente útil. Su experiencia en la Junta de la Vocalía de la Zona Catalano-Balear de cineclubs que trata de superar la crisis a la que hacíamos referencia les permite conocer perfectamente el entorno y comenzar una tarea inicial de infraestructura básica. A este respecto constata Martí Rom que «este cine club y el de Ingenieros eran dos lugares privilegiados por estar de algún modo amparados por los sacerdotes y por la universidad. La escuela de ingenieros era en Barcelona un lugar bastante neutro, ya que se consideraba que los científicos no tenían inquietudes políticas: en otras universidades había mucho más control policial. Nosotros aprovechamos este contexto de escuela idílica, de la que se creía que sólo pensaba en la técnica, para programar todas aquellas películas que no se podían ver en Barcelona. Así empezamos a proyectar todo aquel material que existía y todas aquellas películas que estaban prohibidas, como *Viridiana*, por ejemplo»⁵.

Se elaboran listas de distribuidoras, de empresas de alquiler de material cinematográfico, de propuestas de ciclos a organizar y fundamentalmente se fortalecen las relaciones y el contacto con los diferentes cineclubs a través de la colaboración en la edición de *dossiers* monográficos informativos sobre realizadores o movimientos cinematográficos rupturistas completamente desconocidos en aquel momento. De esta manera se envía a los cineclubs, en octubre de 1974, la Circular n.º 1 de la CDC bajo el membrete de la Vocalía (que es una institución legal y de algún modo supone una legitimación administrativa de la Central) en la que se ofertan 42 films entre los que predominan los de Portabella, Padrós y Baca-Garriga, acompañada de un breve texto introductorio que intenta definir la propuesta: «Una lista heterogénea de cortos en cualquier formato y sin ninguna selectividad inicial, unidos por una característica común: la no distribución por los canales cinematográficos, ya sea por factores puramente de no interés comercial, económico o ideológico»⁶. Por otra parte, su posición

⁵ Extracto de la entrevista realizada en la localidad de Monroig (Tarragona) el 24-VIII-2005.

⁶ Material inédito facilitado por Josep Miquel Martí Rom de su archivo personal.

absolutamente antidogmática y conciliadora se vislumbra ya desde el principio: «esta lista está completamente abierta a todas las propuestas (...) en un primer momento será (la CDC) un intermediario entre el realizador y el cineclub y en un futuro intentaremos ser una distribuidora de films en depósito»⁷. También se manifiesta su apuesta por los canales alternativos de difusión: «intentamos potenciar la visión de aquellos films que tienen como único canal casi-legal cinematográfico nuestro contexto de los cineclubs»⁸.

En este periodo los miembros del grupo se convierten en intermediarios-productores, reciben los encargos, contactan con los realizadores, recogen el film y lo hacen llegar a los cineclubs, que lo proyectan, y les es devuelto junto al importe del alquiler que se ha fijado previamente. La cuestión del cobro del alquiler se discute en el seno del grupo desde el comienzo, quedando expresamente formulada durante las asambleas. El cobro de entrada en las proyecciones y el importe del alquiler del film son la base que sustenta el funcionamiento de todo el entramado, pese a ser prácticamente simbólicos. Sin ese poco dinero no se pueden siquiera enviar los films a los destinos de exhibición, hacer copias para su posterior difusión, editar las listas del material (un primitivo catálogo) o pagar mínimamente a los realizadores. En este momento inicial casi todo el importe del alquiler va a parar a manos del realizador, ya que los gastos del grupo son insignificantes, prácticamente sólo se gasta en llamadas telefónicas, pues se cuenta con una infraestructura básica que por criterios de operatividad se reparte entre los miembros en zonas para cubrir el máximo espacio posible, tanto urbano como comarcal. El objetivo claro del grupo es aglutinar y ayudar a consolidar las diferentes posibilidades de difusión de este cine al margen de los canales convencionales tanto de producción como de exhibición. Aunque los miembros de la CDC no tuvieran una adscripción política clara (además de la conexión de Joan Martí Valls a través del cineclub Informe 35 con CC. OO.), éste es, sin duda, un grupo manifiestamente político, aunque no doctrinario, ni sujeto a ningún tipo de orientación partidista.

Poco a poco se van incorporando a la CDC nuevos miembros que son clave en los primeros momentos de desarrollo del colectivo, como es el caso de Mariano Aragón y Josep Viusà, también procedentes de los ambientes cineclubísticos catalanes. Hacia mediados de febrero de 1975 se envía la Circular n.º 2 de la CDC con 14 films de reciente incorporación, esta vez ya sin el encabezado del membrete de la Vocalía para preservarla de los posibles problemas legales derivados del tipo de material que maneja la Central. Con otras incorporaciones a la CDC se van configurando poco a poco tres grupos que operan en su seno, estructurados en torno a tres núcleos res-

⁷ *Op. cit.*

⁸ *Op. cit.*

pectivamente. El primero, Barcelona, en la que desarrollan su actividad Joan Martí Valls y Josep Miquel Martí Rom que aportan cada uno por su parte, de un lado, la experiencia profesional y el film *Carn Crua* (1975) sobre la violencia, y de otro lado, el film sobre los atentados de la ultraderecha contra librerías y cines *Un libro es un arma* (1975). El segundo, L'Hospitalet, donde Bartomeu Vilà, Mercè Conesa, Joan Simó y Rosa Babí aportan la experiencia anterior de realización del film *Viaje a la explotación* (1974) sobre la problemática de la inmigración marroquí en la zona firmado colectivamente como colectivo SPA. Y el tercero, Badalona, donde Josep Viusà aporta la realización de *Badalona, sur mer* (1975), una visión irónica sobre la degradación del litoral.

Así, y tal como hemos investigado, podemos comprobar que, pese a la heterogeneidad de los miembros y distintas proposiciones del grupo, se opta por una línea común basada en las múltiples coincidencias y no en las puntuales divergencias; la diversidad de planteamientos es resuelta en asamblea mediante el diálogo y cada grupo goza de un grado total de independencia que facilita el entendimiento mutuo. Las personas que integran esta iniciativa son gente de base que inician un acercamiento a la realización cinematográfica fundamentándose en temáticas de la realidad sociopolítica del momento y que asumen precisamente, como una extensión del trabajo militante de base, la distribución de sus propios films y de los de otros colectivos y cineastas que trabajan en este entorno para provocar que un cierto cine prohibido se exhiba en Cataluña. Se entiende el trabajo de un modo integral, en el que se combinan la producción, realización y la distribución con la búsqueda ininterrumpida de puntos de exhibición a través de la inmersión en las problemáticas de los barrios, sindicatos y otras agrupaciones sociales. De esta manera, este primer año de existencia de la CDC supone la consolidación de un determinado grupo de personas que posibilitan el posterior desarrollo de un más amplio grupo de producción y distribución.

Con este bagaje acumulado de reflexión y experiencia que les proporciona la práctica desarrollada en los últimos años se convoca un evento decisivo para la consolidación y expansión de los contactos entre los colectivos y realizadores que trabajan al margen de las estructuras industriales del cine en todo el Estado: la *I Muestra Nacional de Cine Amateur Independiente de Almería*, en agosto de 1975. Este encuentro marca un antes y un después en la historia del cine militante en España. Adoptando el lema de «Cine Amateur» para evitar posibles represiones antes de tiempo (como hemos visto que ocurre en otras ocasiones durante este periodo), se trata de convocar en un mismo lugar a miembros de colectivos cinematográficos, cineastas, profesionales, productores, críticos, que de un modo u otro estén desarrollando su actividad en la dirección del cambio político inminente que se intuye (y se siente) desde casi todos los puntos de la geografía española. El numeroso grupo de personas que trabajan en esta parcela cinematográfica fuera del ámbito industrial no se sienten en absoluto identificadas con la etiqueta de *cine independiente* que se asocia a la práctica fílmica de los años

sesenta, completamente despolitizada y acrítica. La creciente politización de la sociedad que se vive en la década de los años setenta produce que estos cineastas asuman una posición de confrontación directa con el *statu quo* franquista pretransicional que les hace adoptar de un modo casi general el término de *cine marginal*, concepto que define más precisamente la circunstancia que es el denominador común de todas estas iniciativas: situarse *al margen* de los canales convencionales del cine comercial e industrial.

Pero con la celebración de las Jornadas se publica el *Manifiesto de Almería*⁹, resultado de la confluencia de un texto que aporta Martí Rom (de la CDC) publicado por el cineclub *Ingenieros* en octubre de 1974 y titulado *Sobre el llamado cine independiente*, basado en los análisis de Tino Calabuig (del *Colectivo de Cine de Madrid*), y en el texto de José María Siles (del *Equipo Dos*) titulado *El porqué de un cine político*. El *Manifiesto*, firmado también por otros cineastas como Albert Abril, Raul Contel, Manuel Abad, Rafael Gassent, Santiago de Benito, Enrique López Manzano, Antonio García Rayo y Fausto Romero, entre otros, apostaba por una nueva denominación para este tipo de actitud cinematográfica, la de *Cine Alternativo*, que sustituye definitivamente a la equívoca y generalizada de «cine independiente» y a la desgastada de «cine marginal». Sobre este momento, matiza Martí Rom, «hicimos contactos y el material de la CDC comienza a circular por todo el país. Fue un poco como un efecto dominó porque conocíamos a gente con la que teníamos confianza y esa gente conocía las redes de distribución de su zona, de modo que podíamos llegar a lugares a los que hacía tan sólo unos meses no podíamos siquiera imaginar. Almería fue más importante de lo que se cree»¹⁰.

Así se denomina *Alternativo* aquel cine que «propone un cambio frente a la ideología dominante, presentando una alternativa clara de ruptura frente a la cultura que esta ideología implica y las estructuras habituales de producción y difusión de este tipo de cine»¹¹. Y es definido así por unas alternativas de orden estructural, cultural y sociopolítico. En primer lugar, las alternativas de orden estructural se basan en superar la práctica de los cines independientes mediante la creación de *equipos de distribución*, por zonas geográficas, que organicen canales duraderos, dando lugar de este modo a circuitos de exhibición paralelos vinculados a las plataformas más cercanas a la masa social popular: cineclubs, cinefóruns, asociaciones de vecinos, agrupaciones culturales, incluso parroquias y muchos otros locales sindicales u obreros. El primer objetivo de estos equipos es la elaboración de listas del material fílmico, también por

⁹ Un estudio de dichas Jornadas y el texto íntegro del manifiesto se pueden encontrar en Martí Rom, J. M., «El manifiesto de Almería como punto de partida», en *Cinema 2002*, n.º 10, diciembre 1978.

¹⁰ De la entrevista extractada en el Apéndice 1 de este trabajo.

¹¹ Martí Rom, J. M., «El manifiesto de Almería como punto de partida», en *Cinema 2002*, n.º 10, diciembre 1978.

zonas, con los datos técnicos relativos a los films, que son posteriormente enviados a los potenciales centros de exhibición. La labor de difusión se completa con la edición de *dossiers* sobre los films, que, a modo de agencia de prensa alternativa, ponen a disposición de sus posibles arrendadores como un modo de promoción que contribuya a la contratación de títulos de la cooperativa. Siempre condicionado al funcionamiento de estos equipos de distribución se concibe la formación de otros *equipos de producción* (formados con gente procedente de los de distribución) que se integren junto a aquellos en cooperativas cinematográficas con dos frentes diferenciados pero complementarios.

En segundo lugar, las alternativas de orden cultural deben contribuir a denunciar los esquemas culturales existentes a través de, entre otras cosas, la deconstrucción del lenguaje cinematográfico que vehicula la ideología del poder burgués, construyendo una respuesta eficaz y concreta desmarcada de posibles elitismos o propuestas excesivamente crípticas. En tercer lugar, las alternativas de orden sociopolítico se manifiestan en la producción de dos tipos diferentes de cine. De un lado, el denominado *Cine de Aparato* que actúa como reproductor de su propia ideología, pone en práctica una estrategia de manipulación basada en el reflejo de unos planteamientos políticos determinados y un análisis particular de la coyuntura sociopolítica y ejerce una cierta presión sobre las entidades que conforman el tejido cultural, tales como cineclubs, medios de prensa o audiovisuales. De otro lado, el *Cine Militante* producido con medios escasos por grupos autónomos y libre de las imposiciones ideológicas de partidos o sindicatos que limitan una visión más completa de los fenómenos sociales. Así los realizadores de ese tipo de cine deben alentar, inculcar, promover, difundir o simplemente dar a conocer el papel de este nuevo agente de acción sociopolítica que no sólo se limita a rodar confrontaciones para realizar un film, sino que sirve de testimonio de una realidad que no es mostrada en los medios de información al uso y que puede servir de material histórico para contextualizar luchas que se desarrollan en este intenso periodo.

Tras la celebración de la *I Muestra Nacional de Cine Amateur Independiente de Almería*, los participantes siguen con sus actividades filmicas, aunque con un impulso renovado, dados los contactos que se realizan y las nuevas posibilidades de producción, colaboración o difusión de sus films que se abren con este encuentro nacional. El equipo de la CDC es el que de un modo más expreso y contundente asume las conclusiones y las reflexiones de Almería, organizándose como una cooperativa y desplegando desde este momento su actividad en dos frentes: uno, el de la distribución, que se sigue denominando CDC, y otro, el de producción, que se bautiza con el nombre de *Cooperativa de Cinema Alternatiu* (CCA). De este modo, en 1976, el binomio CDC/CCA experimenta una evolución imparables. La experiencia del último año y medio de distribución y producción, pese a la todavía mínima infraestructura del colectivo, posibilita que el grupo se convierta en un elemento central en el contexto

de efervescencia político-social que sigue a la muerte de Franco, en el que los films militantes o prohibidos se convierten en el complemento visual de los actos políticos prodemocráticos. La base de films producidos o distribuidos por la CDC comienza a llegar masivamente a todos los rincones de Cataluña, e incluso a ciudades del resto del Estado como Madrid, Bilbao, Valencia, Ourense, Zaragoza o Málaga, hasta alcanzar las 700 contrataciones.

También la infraestructura del colectivo sufre una ampliación considerable que se observa por dos razones fundamentales: la primera, contratar a una persona («liberarla», en el argot sindical del grupo) dedicada a tareas telefónicas y administrativas, Mireia Pigrau (actualmente correalizadora del programa de investigación de TV3 «30 Minuts»), que dedica media jornada a organizar la distribución del material de la Central; la segunda, establecer un porcentaje del 30% sobre el precio de alquiler del film que contribuye al mantenimiento económico de la estructura orgánica del grupo. Hay que decir que sólo esta persona «liberada» cobra por su trabajo en la CDC; los demás miembros dedican el tiempo del que cada uno dispone para realizar desinteresadamente tareas que no tienen que ver con la gestión diaria pero son igualmente fundamentales para garantizar la continuidad de la experiencia, tales como la promoción del colectivo y su material en los posibles centros de exhibición, contactos con otras zonas de la geografía española, búsqueda de nuevos materiales que distribuir, asistencia para promoción a Festivales, edición de textos para publicar en revistas y diarios o elaboración de *dossiers* sobre los films de la base de la CDC. A partir de este momento el grupo va adquiriendo material fílmico en depósito procedente de las producciones de la CCA, Pere Portabella, Llorenç Soler, Antoni Martí, Eugeni Anglada y otros, con lo que se transforma en un verdadero centro de distribución que posee copias de los films que figuran en su catálogo.

La CDC/CCA se da cuenta de una situación que ella misma ha producido: hay demandas de los films para proyectarlos por muchos puntos de España, y en vez de esperar a que la película vaya a su destino y vuelva a la Central para poder enviarla de nuevo hacia otro destino diferente, organiza un recorrido predeterminado de veinte días o un mes por todo el país en función de las peticiones, de modo que una misma copia de un film puede circular (vía RENFE) de una proyección clandestina en Lérida a Zaragoza y seguidamente a Bilbao, hasta volver a Barcelona, a la sede de la CDC sólo con la colaboración de las personas que alquilan las películas. Martí Rom también matiza este aspecto: «Para optimizar el funcionamiento de la CDC nos dimos cuenta de que era una tontería ir a RENFE cada vez para enviar la película a una ciudad y después ir a recogerla, y así sucesivamente, de modo que pensamos en organizar un recorrido por diferentes ciudades de una misma película. Eso hoy puede parecer evidente, pero entonces nos parecía un verdadero hallazgo. Ya que una película se movía por España, por qué no organizar un recorrido previo y aprovechar el conocimiento del contexto. Así organizamos circuitos con una cierta logística con el fin de

sacarle el máximo partido a los viajes de las películas. No quiero que esto se entienda como que teníamos una lógica empresarial, pero a mí me gusta decir que es la misma lógica que el campesino que organiza su producción porque se basa en la autogestión»¹².

Otro evento histórico en el que participa la CDC en 1976 son las *IV Jornadas do cine de Ourense*¹³, donde se firma la famosa «Declaración sobre los Cinemas Nacionales» y se concreta un espíritu latente desde hace décadas en todo el Estado: el de la relación entre cine y nacionalidades. Si Almería había supuesto un respaldo a los cines marginales y el inicio de una cierta reflexión colectiva a nivel estatal, Ourense concreta la importancia de las diversas lenguas del Estado y la necesidad de organizar una infraestructura cinematográfica en cada una de las nacionalidades que integran España después de cuarenta años de represión política. En el texto de la *Declaración*¹⁴, firmada entre otros por Luis Álvarez Pousa, Antonio José Sánchez-Bolaños, Antón Merikaetxeverria, José María Prado, Julio Pérez Perucha, Josep Lluís Seguí, Joaquim Romaguera y Josep Miquel Martí Rom, podemos leer: «Entendemos por cines nacionales aquellos que conciben el fenómeno cinematográfico como un instrumento de lucha de las clases populares de las diferentes nacionalidades del Estado español»¹⁵. Las pretensiones claramente políticas que se derivan de este texto no tienen continuidad en ediciones posteriores de las *Xornadas*, en las que se asiste a una progresiva despolitización y creciente posibilismo que es completamente ajeno al espíritu inicial (marcadamente radical) que inspira la redacción de la Declaración.

Tras estos dos eventos (Almería y Ourense) la CDC experimenta una creciente popularización y una mayor presencia pública. En el terreno de la producción, la *Central* inicia una dinámica actividad que hace que el grupo de Hospitalet realice *Entre la esperanza y el fraude* (1976), único largometraje del colectivo sobre la Guerra Civil basado en entrevistas con importantes personajes de la época. Por otro lado, se recibe la propuesta de un grupo de objetores de conciencia¹⁶ (los primeros de un amplio

¹² De la entrevista extractada en el Apéndice 1 de este trabajo.

¹³ Una crónica en profundidad sobre este fundamental evento y sus posteriores ediciones se puede encontrar en Martí Rom, J. M., «IV Jornadas do cine de Ourense», en *Cinema 2002*, n.º 14, abril 1976, y en Antolín, M., «As VI Jornadas do Cine de Ourense: Hacia unos cines nacionales populares», en *Cinema 2002*, n.º 38, abril 1978.

¹⁴ Parcialmente reproducida en Martí Rom, J. M., *La central del Curt (1974-1982): una experiencia alternativa*, autoedición, octubre 1994. Material facilitado por el autor. El texto integro se encuentra incluido en García Fernández, E., *Historia del cine en Galicia 1896-1984*, La Coruña, Biblioteca Gallega, 1985.

¹⁵ Martí Rom, J. M., *La central del Curt (1974-1982): una experiencia alternativa*, autoedición, octubre 1994, p. 19.

¹⁶ Se puede obtener más información sobre el desarrollo de la objeción de conciencia en España y el posterior movimiento de insumisión en: *Textos por la Insumisión*, Valencia, MOC P. V., 1992; Aguirre Aramburu, X.; Ajangiz, R.; Ibarra, P.; Sainz de Rojas, R., *La insumisión: un singular ciclo histórico de desobediencia civil*, Madrid, Tecnos, 1998; Aguirre Aramburu, X.; Ajangiz, R.; Ibarra, P.; Sainz de Rojas, R., *Objeción e insumisión: claves ideológicas y sociales*, Madrid, Fundamentos, 1992.

movimiento que se desarrolla en torno al antimilitarismo) para colaborar en un film que refleje su propia problemática y se decide producir *Can Serra. La objeción de conciencia en España* (1976), que tendrá una distribución ejemplar en los circuitos alternativos de exhibición. Ya en 1977, tras los seis primeros meses de actividad continuada de producción, el volumen de contrataciones de films fuera de Cataluña pasa de un 25 a un 40% del total de la CDC. Debido a la acumulación de experiencias de los tres años anteriores y en el contexto de las primeras elecciones democráticas (celebradas el 15 de junio), el colectivo se plantea la necesidad de traspasar sus competencias a otras plataformas de nuevo cuño. Con esta decisión se da por terminada una etapa, en la que las tareas de distribución de este material son asumidas por la CDC, para inaugurar un periodo en el que se pretende normalizar la actividad de esta alternativa de distribución mediante el concurso de una institución legal que ofrezca posibilidades de infraestructura y así ampliar su radio de acción. En ese momento el intento no fue factible, ya que las instituciones públicas no atendieron las demandas del colectivo. Así, el equipo de gestión de la CDC convoca a los realizadores de los films que la plataforma distribuye para analizar y decidir las estrategias a seguir en el futuro, mediante la creación de una comisión abierta a los realizadores y una gestión asumida colectivamente por ambas partes. De este momento en adelante se hace mas patente, pese a la unidad de planteamientos, la diferencia entre el sector organizativo (la CDC) y el sector productivo (la CCA), situación que produce un paulatino distanciamiento entre ambos subgrupos. El núcleo de personas que se integran en la CDC se amplía con Edmon Amill, Antoni Martí, Llorenç Soler y los miembros del Colectivo de Cine de Clase (CCC) Helena Lumbreras y Mariano Lisa, además de las colaboraciones concretas en algún periodo de Jordi Bayona, Lluís Garay y Joan Mallarach. Durante este año de 1977 la CDC/CCA lleva a cabo la producción de una serie de noticiarios alternativos al NO-DO oficial, aunque fundamentalmente basados en sus vetustas estructuras narrativas, que contribuye a difundir las actividades silenciadas por los medios de comunicación del momento. Se pretende establecer unos noticiarios de unos siete minutos de duración, rodados y exhibidos en 16 milímetros con una periodicidad mensual y un presupuesto de unas 6.000 pesetas. Se realizan tres films: *La marxa de la llibertat*, el n.º 1, que recoge una multitudinaria marcha convocada por los partidos y sindicatos democráticos a favor de la transición a la democracia. *La dona*, el n.º 2, que se acerca a la problemática de los movimientos de liberación de la mujer que surgen en aquellos años en Cataluña *El Born*, y el n.º 3, sobre un barrio obrero en transformación. Las dificultades que encuentra el grupo son perfectamente previsibles y comprensibles, puesto que no se pueden llevar a cabo simultáneamente las tareas de la CDC y las de producción constante de noticiarios, no se recibe ayuda de ninguna institución, y además el Institut de Cinema de Catalunya (ICC) comienza en ese mismo momento la producción del Noticiari de Barcelona, que desplaza el interés de la CDC hacia otros asuntos que no están cubiertos. Se

decide, pues, participar en el mayor número de festivales y eventos posibles a fin de dar a conocer las actividades del grupo. Además de estar presente en las Jornadas de Ourense, también lo hace en el Ciclo de Cine Español de Londres, en el Encuentro Internacional por un Nuevo Cine de Utrecht, en el Festival de Benalmádena, etc. Pese a que en 1978 un amplio sector de la cinematografía marginal opina que los films subversivos ya no tienen sentido, la CDC continúa su tarea de distribución y producción tratando de adaptar su estructura a los convulsos vaivenes sociopolíticos por los que atraviesa el país entero. Durante la *Semana Internacional de Cinema de Barcelona* de ese mismo año se produce un enfrentamiento de la CDC con el grupo *Acció Súper 8*, que ilustra la divergencia de planteamientos entre algunos colectivos que manejan material militante y otros que se dedican íntegramente a la producción experimental. *Acció Súper 8*, liderado por Enrique López Manzano, defiende la importancia del formato usado para rodar, el súper 8, tan a lo francés, sobre cualquier otro argumento de tipo político, ético o estético y la difusión por canales culturales más convencionales, es decir, todo lo contrario que la CDC. Es comprensible el enfrentamiento entre ambos grupos, pero lo que desde luego no es casual es el constante apoyo institucional a través de subvenciones que se realiza tan sólo a *Acció Súper 8*, evidentemente por su menor acento político. La administración es causante de la falta de apoyo que sufre el movimiento colectivo de oposición fílmica. En un momento de tensión social de tal envergadura y de incertidumbre política absoluta, el discurso crítico que vehiculan los films distribuidos por la CDC –así como otros producidos por diversos colectivos– es peligroso para la adaptación posibilista de las instituciones, es contrario a los intereses conciliadores con el régimen que demuestran la totalidad de los partidos políticos mayoritarios. Desde el poder no se ofrece ninguna ayuda a este tipo de iniciativas porque se pretende silenciar los movimientos que tienen reflejo en estas cinematografías a través también de su exclusión de los medios de comunicación. Por otra parte, la sala de exhibición alternativa, la sala *Aurora*¹⁷, sufre el acoso de la administración a través de diversos ministerios como el de Gobernación, que restringe la entrada a los socios del CIF de modo gratuito argumentando competencia ilegal a las salas comerciales, o como el de Cultura, que exige el permiso de censura a films que por ley no pueden obtenerlo, ya que sólo se concede a los de 35 mm. Así pues, la CDC se convierte en una plataforma legal con el nombre de *Societat Cooperativa Central del Curt*, constituyéndose como tal ante notario, en un intento más de encontrar una solución de continuidad al colectivo. El bajo precio de los alquileres de los films no permite que los realizadores lleven a cabo nuevas producciones con los beneficios de la exhibición, los materiales que se distribuyen cada vez se encuentran

¹⁷ Sala gestionada por la CDC que funciona desde septiembre hasta diciembre de 1978, y que extrae su nombre de la calle en la que se encuentra ubicada: C/ Aurora, 11 bis, en el Barrio Chino de la ciudad de Barcelona.

en un estado más avanzado de deterioro y no hay apenas dinero para encargar copias nuevas. Paradójicamente, el volumen de las contrataciones apenas disminuye dado que, a pesar de que los films han circulado hasta la saciedad por los circuitos urbanos más poblados, ahora la demanda viene compensada por las ciudades del interior en las que se continúan llevando a cabo estas proyecciones de un modo constante.

En esta situación, hacia 1980, el equipo de la CDC comienza a tratar de conseguir subvenciones de la administración que hasta ese momento le habían sido negadas por principio, para poder garantizar su existencia en función de dos aspectos: como reconocimiento del trabajo realizado por los colectivos desde la clandestinidad en el franquismo hasta la recién estrenada democracia, y como medio necesario de concienciación popular para oponerse al aparato cinematográfico industrial totalmente controlado por las multinacionales norteamericanas del entretenimiento. Se presentan amplios *dossiers* sobre la actividad de la cooperativa, complementados con estudios económicos sobre los gastos anuales del grupo y los ingresos de los alquileres, pidiendo una subvención para cubrir la diferencia entre ambas parcelas. Pero la respuesta de las administraciones sigue siendo negativa.

Así pues, la CDC constituye un elemento crucial en el contexto del cine militante en España durante el periodo 1974-1982. Se trata del colectivo que de un modo más explícito se sitúa en una posición central del entramado cinematográfico militante, por varias razones: de una parte, debido al contacto que mantiene con muchos de los colectivos y realizadores actuando como distribuidora de sus producciones, es sin duda el grupo que tiene una más amplia visión de conjunto de todo el movimiento de oposición fílmica que se produce y desarrolla en este periodo; por otra parte, también es el grupo que más presencia adquiere en el panorama nacional e internacional gracias a su constante participación en debates, encuentros y muestras de cine, así como por su constante producción de textos, publicaciones y *dossiers* sobre sus actividades y los films en distribución de su catálogo; y por otra parte, produce films que lanzan las propuestas temáticas más avanzadas para ampliar el espectro de luchas que se privilegian en ese momento, como es el caso de la liberación de la mujer, la inmigración, la objeción de conciencia o las luchas por la conservación ecológica del planeta, que casi ningún otro colectivo mantiene en esos momentos. Así la crisis que paulatinamente experimenta el movimiento cinematográfico de oposición tiene una doble vertiente y no se puede entender sin tener en cuenta el marco histórico de evolución cultural profunda en el que se produce. De un lado, el movimiento se enfrenta a una difícil redefinición de los objetivos básicos de la producción cultural provocada por el radical cambio político que se vive; de otro, a la práctica inexistencia de posibilidades de continuar con sus planteamientos en el cambiante e impredecible contexto político que se avecina.

La manipulación de la sociedad civil: la producción del NO-DO al servicio de la dictadura franquista

SALVADOR BROSETA, *Universidad de Castilla-La Mancha*

RAMÓN A. FEENSTRA, *Universitat Jaume I de Castellón*

125

INTRODUCCIÓN

El 1 de abril de 1939 se emitió el último parte de la Guerra Civil española, desde el cuartel general del general Franco, en el que se daba por terminada la contienda. Los vencedores, con Franco a la cabeza, debían legitimar su poder conseguido por la armas a través de todos los medios que les fuera posible. España daba un salto atrás en la historia al ver suprimidas libertades que se había ido alcanzando, no sin dificultades e intermedios, desde el siglo XIX, pero sobre todo en los años de democracia republicana. Los vencedores, conscientes de que el poder absoluto y la opinión libre no concuerdan demasiado bien, pronto crearon toda una maquinaria de represión y manipulación de la opinión pública, en la que no sólo suprimían la libre expresión, sino que además se dedicaron a falsear la realidad (Taylor, 1997: 285-286).

Si la libre opinión que caracteriza una opinión pública en un estado democrático es un elemento básico para que una sociedad tenga una identidad propia más allá de la dimensión política, la tarea de un Estado totalitario es precisamente eliminar tal identidad propia. No cabe la posibilidad de una sociedad civil libre dentro de una dictadura por la propia naturaleza incivil de esta estructura política. Una sociedad civil fuertemente articulada es importante en un Estado democrático, pero muy peligroso en una dictadura que no tiene argumentos más allá de la fuerza de las armas y la violencia.

En una dictadura como la franquista/fascista que comenzó en 1939, en la que se impuso un jefe militar, no podían concebirse diferentes modelos de organización política o sociedad y el conflicto debía ser directamente eliminado. No podían defenderse diferentes modos de vida porque se consideraba que solamente uno, el de los vencedores, era el correcto, y cualquier otro, lo ajeno que devenía en enemigo debía ser acallado y quizá eliminado. Como sostiene Dubiel (1994: 121), el totalitarismo necesita «adueñarse de una sociedad para configurarla de acuerdo con su idea. El mensaje monótono de esta idea es la negación de todos los conflictos y de todas las tensiones estructurales creadoras de conflictos».

LAS PRIMERAS LEYES EN PRENSA Y CINE

La preocupación del franquismo por controlar la opinión de los españoles se vio claramente reflejada en la prontitud de la Ley de Prensa creada con antelación a la finalización del conflicto bélico. Con la Ley de Prensa de 1938 la opinión de la prensa debía ser parte integrada en el Estado dictatorial, mientras que el periodista adquiriría vital importancia convirtiéndose en portador de un código ideológico; creado este código común, y eliminados de los medios de comunicación los residuos de la etapa llamada liberal-burguesa, los periodistas podían pasar a difundir los principios del «interés nacional» (Martín de la Guardia, 1994: 50-51). La práctica del periodismo debía contribuir, por tanto, a la formación de la cultura popular con la finalidad de recuperar la «conciencia nacional». Los dos primeros artículos de la Ley de Prensa de 1938 muestran la naturaleza de la ley; el artículo primero señalaba que «Incumbe al Estado la organización, vigilancia y control de la institución nacional de la Prensa periódica», es decir, la prensa quedaba bajo las manos del Estado. El artículo segundo ampliaba este concepto, señalando las cinco funciones que correspondían al Estado para desarrollar la dirección de la prensa:

- 1.^a La regulación del número y extensión de las publicaciones periódicas.
- 2.^a La intervención en la designación del personal directivo.
- 3.^a La reglamentación de la profesión del periodista.
- 4.^a La vigilancia de la actividad de la Prensa.
- 5.^a La censura.

También el cine, objeto de nuestro presente estudio, fue objeto de una temprana ley, del 21 de marzo de 1937, que creaba una Junta de Censura Cinematográfica con sedes en Sevilla y Coruña. El objetivo de dicha ley era garantizar que la actividad cinematográfica «se desenvuelva dentro de las normas patrióticas, de cultura y moralidad». Sin embargo, a pesar de esta ley y del férreo control del franquismo sobre los medios de comunicación, la dictadura durante los primeros años dependió de los noticiarios

extranjeros que les proporcionaba la alemana UFA, la italiana LUCE y la norteamericana FOX. Esto llama todavía más la atención si tenemos presente que la situación internacional atravesaba, por decirlo de alguna manera, una complejísima tesitura al estar en medio de la Segunda Guerra Mundial. Tanto las potencias del Eje como los aliados trataban de influir con sus noticiarios en la opinión pública española mostrando, evidentemente, una postura radicalmente contraria. No es casual, además, que la idea de llevar a cabo el noticiario NO-DO surgiera a raíz del conflicto de Vergara, entre falangista y militares en el verano de 1942, y que la consolidación del proyecto fuera acompañado de un claro cambio de postura del Régimen franquista en favor de los aliados en la Segunda Guerra Mundial. Autores como Payne sitúan en el Consejo Nacional del Movimiento celebrado el 7 de diciembre de 1942 el inicio de este cambio (1985: 221-231). Tusell sitúa el proceso de cambio hacia la neutralidad un poco antes, en el momento en que se produjo la marginación de Ramón Serrano Súñer, máximo representante de la tendencia filonazi del régimen y que perdió el Ministerio de Asuntos Exteriores en septiembre de 1942 (1996: 247-264). Tuñón establece una fecha posterior, el 2 de febrero de 1943, que es para ellos el momento en el que Franco piensa seriamente en la derrota alemana (1986: 227-238). Sobre este aspecto también se puede consultar nuestro trabajo (Feenstra y Broseta, 2006: 449-452).

NACIMIENTO DEL NO-DO

¿Por qué nace NO-DO?

El NO-DO fue creado oficialmente por una Orden de diciembre de 1942 dictada por la Vicesecretaría de Educación Popular. Esta disposición oficial puso fin al dominio extranjero en la información de actualidad cinematográfica en España (Hernández, 2003: 67). Desde 1908 las industrias cinematográficas de España no habían sido capaces de consolidar una oferta necesaria para expresar un punto de vista nacional sobre los hechos. Como hemos mencionado más arriba, desde el final de la Guerra Civil habían intervenido tres empresas extranjeras, FOX, UFA y LUCE para que siguieran exhibiéndose sus noticiarios. Pero ¿por qué aparece el noticiario precisamente en 1942?

Los motivos de la aparición del NO-DO no pueden simplificarse a una mera razón, y había intereses y posturas diversas detrás de su aparición. Así Rafael Tranche y Vicente Sánchez Biosca (2002: 43-45) nos muestran cómo el nacimiento del NO-DO fue el resultado de las presiones de diversas secciones oficiales cinematográficas como el Departamento Nacional de Cinematografía (DNC) o la Sección de Cinematografía de la Delegación Nacional de Sindicatos, para que dentro del Régimen español se creara un noticiario de acuerdo con las necesidades políticas franquistas. Sin duda,

la importancia de la Segunda Guerra Mundial fue un factor determinante que se debe tener muy presente. Este conflicto podía influir decisivamente en el futuro de la propia dictadura franquista y la existencia de noticiarios con posturas totalmente contrarias no era positiva para conseguir mantener en el silencio a una opinión pública que debía seguir los estrictos designios del movimiento nacional. Según Emérito Díez, la aparición del NO-DO se debió a la presión de Alemania de prohibir en España los noticiarios de la FOX, por lo que ante tal coyuntura la dictadura optó por una vía intermedia, creando su propia estructura y eliminando las demás (1999: 35-59).

España, receptora de las noticias del extranjero de forma constante hasta la aparición del NO-DO, estuvo permanentemente expuesta a ideas, informaciones y datos antagónicos de procedencia foránea que podían provocar fuertes sentimientos incompatibles con la política nacional e internacional del gobierno. Es más, el Estado franquista, un régimen que no sabía qué rumbo iba a tomar el conflicto, no tenía siquiera la posibilidad de expresar en la pantalla su propio punto de vista oficial frente a los acontecimientos. La influencia que debían ejercer los medios en este sentido no era sólo para mitigar las esperanzas de los opositores a la dictadura, que podían ver la progresiva caída de la Alemania nazi como una esperanza al cambio político, sino también para tratar de reducir las diferencias existentes en las varias familias del Régimen, que adoptaban posturas diversas frente al conflicto internacional. Los falangistas, que dominaron gran parte de la estructura política de los primeros años del franquismo, eran fervientemente germanófilos, contrariamente a otros sectores, como la Iglesia o el Ejército, que pasaron a defender una clara postura aliadófila, sobre todo el conde de Jordana, personaje político destacado desde la caída del falangista Ramón Serrano Súñer. Por ello podemos considerar que, como sostiene Hernández, la aparición del NO-DO respondió a una inquietud creciente de los responsables de la Dirección Nacional de Prensa y Propaganda (DNP) por dar respuesta seria al subdesarrollo cinematográfico oficial. Y esta medida se produjo ante la inaplazable necesidad de establecer en la información cinematográfica el punto de vista del Estado franquista sobre su propia articulación política nacional e internacional. Además de terminar con la fragmentación de la opinión pública provocada por los noticiarios extranjeros en la sociedad española (2003: 83).

Proceso de creación del NO-DO

El proceso de creación del NO-DO se inicia a finales de 1942, con una propuesta de reglamento interno, escrito y desarrollado por Manuel Torres López, que desempeñaba por aquel entonces funciones de jefatura en la DNPp. Entre los objetivos se encontraban la producción en exclusiva de un noticiario cinematográfico semanal, siguiendo las consignas de la Falange Española Tradicionalista (FET), con informaciones nacionales y extranjeras atentas a las necesidades políticas del Estado.

Según el reglamento del propio NO-DO, se situó bajo la dependencia de la Vicesecretaría de Educación Popular, pero como una entidad autónoma, en términos concretos de las Vicesecretarías como un «organismo subvencionado», con independencia económica, jurídica y administrativa. Esta autonomía garantizaba que la producción del noticiario no estuviera sujeta a los vaivenes de la actividad política, mientras que la fidelidad al Régimen se aseguraba por completo tanto en la composición del personal que participaba en la elaboración del NO-DO como por el respeto a las leyes franquistas en materia de comunicación. Sobre esta idea volveremos más adelante. La dirección del NO-DO recayó sobre Joaquín Soriano Roesset, técnico comercial de Estado del Ministerio de Industria y Comercio.

ORGANIGRAMA Y PLANIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD

La estructura del NO-DO se caracterizó por dividirse en diferentes departamentos y equipos que se mantuvieron estables durante los primeros años del Régimen. El organigrama inicial no se modificó hasta los años sesenta, aunque sí se generalizó un aumento de personal en las diferentes áreas. El NO-DO presentaba el siguiente organigrama:

- Un equipo de dirección: formado por Joaquín Soriano (director), Alberto Reig (subdirector) y Luis Figuerola Ferretti Pena (redactor-jefe). El primero marcaba las líneas de actuación de la entidad y en colaboración con Ferretti y Reig establecían los contenidos. La figura de subdirector no existió en el inicio, sino a mediados de 1943, momento en el que Soriano obtiene la autorización para que ocupe dicho cargo Alberto Reig.
- Departamento de Montaje: cuyo jefe era Rafael Simancas.
- Departamento de Archivo: compuesto desde el inicio por Ángel Gómez y al que poco después se une Jorge Palacio. Se encargaban de las tareas de organización de los materiales y fondos producidos.
- Un equipo de Locutores: integrado por José Hernández e Ignacio Mateo y que quedaba adscrito a la Sección de Sincronización.
- La Administración: donde el primer jefe fue el teniente coronel Manuel Tourne Pérez. Esta sección se dedicaba a los aspectos burocráticos y contables, controlando también la recaudación por el alquiler de las producciones de la casa y establecía las relaciones con la distribuidora.
- La Sección Exterior: responsable de las relaciones con otros noticiarios y de los intercambios de noticias.

Llama la atención que sólo aparezca oficialmente una persona designada a labores de producción: José Dardé, quien después pasaría a coordinar las ediciones exteriores del

Noticiero, aunque también desempeñaba estas tareas, no sabemos si paralelamente o al mismo tiempo, Juan Gómez.

La financiación en estos inicios fue doble. Por un lado se recibía una subvención de la Vicesecretaría de Educación Popular, que dejaría de otorgarse una vez se lograra la suficiencia económica con la explotación de las copias. La segunda fuente de ingresos provenía del alquiler de las copias a las salas donde se proyectaba cine, que por otro lado estaban obligadas a adquirir tal producto por imposición de los resortes de la dictadura. Esto parece una paradoja, pero durante la dictadura este tipo de «paradojas» fue más que habitual.

UN DIRECTOR PRODUCTOR

En la producción del NO-DO, las funciones que adquirió el director fueron extensas, ya que «junto a la responsabilidad sobre los contenidos y el plan de producción, de acuerdo con las consignas de la Vicesecretaría de Educación Popular, la destinada a la creación de una estructura empresarial eficaz para poder realizar dichos trabajos. Para ello se le atribuyó, dentro del reglamento, la capacidad de llevar a cabo todas las gestiones para crear dicha infraestructura» (Hernández, 2003: 87). El director era el encargado de proponer la plantilla que debían ocupar los diferentes cargos de técnicos, redacción, administración, etc. Además era el encargado de la adquisición y el alquiler de los equipos necesarios para el desarrollo de las actividades: cámaras y sistemas de captación sonora, laboratorios, salas de montaje. Es decir, desde una perspectiva actual el director de aquel noticiero representaría más bien la figura del productor actual. Debemos tener presente que la figura del productor «se inscribe siempre en un tiempo, una sociedad y unas estructuras industriales determinadas» (Fernández Díez y Martínez Abadía, 2000: 17). Pero si nos atendemos a las características y funciones que desempeñaba Joaquín Soriano en la dirección del NO-DO vemos cómo éste realizaba las tareas de planificación del proceso productivo, en los que administraba capital, medios y trabajo. El productor es hoy en día el encargado de planificar toda la estructura para conseguir hacer viable y rentable un producto audiovisual, y ésa fue en aquel contexto particular la tarea que le fue asignada a Joaquín Soriano. Con el importante añadido de que éste debía garantizar la defensa y expansión de la ideología del Régimen franquista.

El contexto histórico y el marco político marcan claras diferencias con el presente. La tarea del NO-DO no era la de informar o entretener, sino la de convencer de la justicia del orden establecido frente a los otros sistemas equivocados y amenazadores. Los que trabajaban en el NO-DO se sentían plenamente identificados con la causa y gozaron de mayor libertad que otros medios para desarrollar sus productos. La figura que se personaba en Joaquín Soriano representaría más bien las funciones de un pro-

ductor, pero con ciertas variaciones al tener, además, una tarea propagandística básica y unas condiciones peculiares debido al propio proceso de producción del noticiario. Veamos a continuación el segundo aspecto.

Proceso de producción del NO-DO

El noticiario fue el producto más emblemático del NO-DO pero no el único; también se desarrollaron ediciones exteriores como: el noticiario español para América, el noticiario Universal para Portugal, las actualidades NO-DO para Brasil o revistas periódicas como: Imágenes o Imágenes del deporte... Como señalan Tranche y Sánchez Biosca, el proceso de producción del noticiario se caracterizó por ser posiblemente el más delimitado y estable de todos los realizados en la industria cinematográfica. El hecho de estar sometido a una periodicidad exacta y regular exige unas pautas y ritmo de trabajo precisos. A lo largo de su historia, NO-DO desarrolló unas rutinas de producción muy similares para la confección de su noticiario. A ello contribuyó el hecho de que buena parte de la plantilla fundacional permaneciera hasta el cierre del organismo, generando así un cuadro técnico estable (2002: 151).

El noticiario disponía de unos pasos bien marcados para la confección del noticiario, y éstos eran:

1. *Determinación de los temas.* Los temas surgían de la mesa del subdirector, y éste determinaba los que podían ser objeto de atención. De inicio, las noticias se dividían entre las que llegaban del exterior y la producción propia. La prensa era una fuente de noticias destacada y también lo eran los «avisos oficiales» que provenían la mayoría de la veces de la DNPp que tenía una comunicación fluida con Joaquín Soriano.
2. *Rodaje de noticias.* A partir de ahí se organizaban los equipos de rodaje para grabar las noticias previstas. Los tiempos de rodaje y técnicas estaban totalmente supeditados al ritmo de producción del noticiario.
3. *Supervisión de lo rodado.* Los lunes y martes se hacía una proyección de lo rodado la semana anterior, con asistencia de todo el personal técnico, que servía para valorar la calidad del material y analizar los posibles fallos. También se valoraba la información recibida del exterior.
4. *Montaje.* Aquí los reportajes se repartían entre los montadores. Lo primero que debían hacer era escoger las tomas más adecuadas según lo establecido por el redactor-jefe. Montado el material, se disponía de un copión de imagen de cada noticia. Con todos los copiones se cerraba el sumario del noticiario. Todavía faltaba en este punto añadir la banda sonora y los títulos de las secciones o noticias.
5. *Sonorización.* Esta fase quedaba casi siempre reducida a la locución del texto y al acompañamiento de música de fondo. Ocasionalmente, y en función de las necesidades de la noticia, podían incorporarse efectos sonoros pregrabados y registros

tomados en directo. Primero se ajustaba la música a la imagen, y una vez cumplida esta fase el noticiario estaba preparado a falta de las locuciones. El redactor-jefe supervisaba esta fase y revisaba los textos para comprobar si eran adecuados en tiempo y contenido. Acto seguido se pasaba a grabar el sonido procediendo a cerrar simultáneamente toda la banda sonora.

6. *Truca*. Los rótulos de las noticias había que prepararlos para cada número. El sistema más empleado fue el de sobreimpresionar el título de la noticia o sección sobre una imagen congelada o en movimiento del propio reportaje.
7. *Corte y montaje de negativo*. El laboratorio devolvía revelados el negativo de sonido y el negativo con los rótulos. En esta fase había que ajustar ambos negativos, y una vez hecho se enviaban al laboratorio y allí se hacía una primera copia apta ya para proyección.
8. *Supervisión final y tiraje de copias*. Normalmente la copia llegaba los jueves por la mañana. En ese momento se visionaba y si todo estaba correcto, se enviaba a realizar el tiraje de las copias. Una vez tiradas las copias se procedía a su distribución por los cines para que el lunes estuviera en las salas.

Vemos cómo el proceso de producción estaba dividido en numerosos pasos que imponían un dilatado ritmo de producción; podemos considerar que la creación del NO-DO era un proceso metódico y sistemático. Sin embargo, llama la atención la falta de un supervisor que abarcara todo el proceso; el subdirector o el redactor-jefe ejercían un control relativo y superficial sobre las escenas rodadas, los materiales montados y los textos redactados (Tranche y Sánchez Biosca, 2002: 159). En este aspecto existe una clara diferenciación respecto a la figura del productor, ya que éste normalmente sería el encargado de llevar dicha tarea. Es decir, si por un lado vemos cómo el director del NO-DO se presenta como una figura típica de productor al ser el encargado de planificar una estructura general del producto audiovisual, con competencias destacadas como la elección del personal, la relación con la administración, la elección de los temas o la planificación de un plan de rodaje, por otro lado, vemos cómo debido a la fuerte estructuración en diferentes pasos del proceso de producción se diferencia de la figura de productor, al no desempeñar otra función básica como es la de supervisión.

EL NO-DO Y SU TAREA PROPAGANDÍSTICA

Como indicábamos más arriba, otra diferencia clave del NO-DO de un producto audiovisual (llamémoslo) corriente es su papel propagandístico en el contexto histórico concreto. Es decir, las relaciones efectivas entre NO-DO y el sistema político que lo alumbró. Y aquí se plantea una cuestión interesante que también adelantábamos anteriormente.

La aparición de NO-DO no fue un hecho casual ni espontáneo, sino fruto de una calculada operación política; sin embargo, su desenvolvimiento administrativo, su quehacer diario parecen abandonados al albur de los funcionarios de turno. Nada de consignas ni de directrices. Nada de órdenes emanadas de una instancia superior o paralela.

Si bien es cierto que el NO-DO tenía una administración autónoma que garantizaba no verse influida por los continuos desbarajustes de las políticas franquistas, no es menos cierto que la identificación del personal de NO-DO y de la institución con el Régimen fue total. Por un lado, la dictadura con las disposiciones legales como la ley de Prensa, la ley de Responsabilidades Políticas, el Fuero del Trabajo, etc., no dejaba lugar a dudas de quién entraba y quién no en el sistema; todo aquello que se oponía a los designios de la dictadura franquista era negado y silenciado. Esto repercutía en que a pesar de la «autonomía» del NO-DO se produjera una autocensura, es decir, una aceptación individualizada de lo que se puede contar y de lo que debe o no debe ser noticia.

Pero la identificación del NO-DO con la dictadura va más allá de una posible autocensura; el NO-DO participó del Estado dictatorial y lo defendió en sus noticiarios, haciendo gala de su propia labor en la historia del Régimen. Algunos reportajes en los que el propio noticiario exponía cómo se hace a sí mismo, correspondían a tres momentos muy distintos, pero tenían en común el orgullo que demostraba la entidad por su producto y su misión.

BIBLIOGRAFÍA

- Díez, E. (1999), *Los acuerdos cinematográficos entre el franquismo y el Tercer Reich*, Valencia, Archivos de filmoteca, 33.
- Dubiel, H. (1994), «Metamorfosis de la sociedad civil», en *Debats*, 50.
- Feenstra, R., y Broseta, S. (2006), «Fotografía, censura, franquismo. La revista *Mundo* y la Segunda Guerra Mundial (1939-1945)», en Amador, P.; Robledano, J., y Ruiz, R. (eds.), *Cuartas jornadas: Imagen, Cultura y Tecnología*, Sevilla, Archiviana.
- Fernández Díez, F., y Martínez Abadía, J. (2000), *La dirección de producción para cine y televisión*, Paidós.
- Hernández, M. A. (2003), *Estado e Información, el NO-DO al servicio del Estado Unitario (1943-1945)*, Salamanca, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.
- Martín de la Guardia, R. (1994), *Información y propaganda en la Prensa del Movimiento. «Libertad» de Valladolid, 1931-1979*, Valladolid, Secretariado de Publicaciones de la Universidad.
- Payne, S. G. (1985), *Falange. Historia del fascismo español*, Madrid, Sarpe.
- Taylor, C. (1997), *Argumentos filosóficos*, Barcelona, Paidós.
- Tranche, R., y Sánchez Biosca, V. (2002), *NO-DO el tiempo y la memoria*, Madrid, Cátedra.
- Tuñón de Lara, M. (1986), *Estudios de historia contemporánea*, Barcelona, Orbis.
- Tusell, J. (1996), *La dictadura de Franco*, Barcelona, Altaza.

La alteración del relato: cambios narrativos por el conflicto de autores en *Blade Runner*

ÁNGEL PABLO CANO GÓMEZ
MIGUEL ÁNGEL MARTÍNEZ DÍAZ
Universidad Católica San Antonio de Murcia

135

El rodaje de *Blade Runner*, filme de ciencia-ficción dirigido por Ridley Scott, es una de las producciones más problemáticas de la industria hollywoodiense de los últimos veinticinco años. Problemas presupuestarios, discusiones con el equipo técnico, peleas entre actores y alteraciones varias en el guión provocaron que el rodaje de esta obra visionaria fuese calificada como de *monumento al estrés* (M. Sammon, 2005: 188).

La persona que por primera vez se planteó la posibilidad de llevar a imágenes la sugerente novela de Philip K. Dick *¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?* fue un actor sobrevenido a guionista, Hampton Fancher. La atracción que le producía la obra de Dick y la posibilidad de comprar algo que los estudios consideraran comercial fueron su principal aliciente para intentar adquirir los derechos del libro. Tras una primera negativa y pasados dos años, un amigo de Fancher, Brian Kelly, consiguió los derechos de la adaptación por 2.000 dólares. Era el momento de plantearse cómo sacar adelante la película.

De esta manera, y tras un año en la elaboración de un guión que aún guardaba el mismo título que la novela, se lo presentaron al productor inglés Michael Deeley (que había rechazado varios borradores anteriores) para que lo evaluara, y en el invierno de 1978 aceptó el proyecto atraído *por esa maravillosa mezcla de thriller y de historia de amor*.

El siguiente paso fue encontrar un director adecuado para visualizar el texto de Fancher y un estudio para financiar la labor. Entre los posibles candidatos para la realización del filme estaban Adrian Lyne, Michael Apted y Ridley Scott, los cuales, por

diferentes motivos, no eran del agrado de Fancher. Robert Mulligan fue, en un principio, el elegido para llevar a cabo *Dangerous Days*, título en vigencia del proyecto. Pero la relación con él no tardó en deteriorarse, *Después de conocernos se hizo evidente que no teníamos puntos de vista comunes respecto al material* (Prieto, 2005: 42), y con ella el apoyo que la Universal había prestado inicialmente.

Finalmente, Ridley Scott, que había sido en todo momento la primera opción del productor Michael Deeley, aceptó entrar en el proyecto. En esos momentos, Deeley había contactado con CBS Films, una productora nacida de la cadena de televisión homónima para financiar la cinta. Pero la entrada de Scott y su visión estética del guión produjo la elevación del presupuesto a los 11 millones de dólares. Demasiado para CBS, que se desvinculó. Deeley y Fancher tuvieron que empezar de cero.

Scott aceptó dirigir *Blade Runner* después de una serie de circunstancias profesionales y vitales. Tras la muerte de su hermano mayor necesitaba una vía de escape inmediata, y ahí estaba Michael Deedley, con el que había trabajado anteriormente, para concedérsela. Pero si CBS Films había declinado *Dangerous Days* por el excesivo coste que implicaba la visión de Scott, la presencia de éste en el filme, muy valorado en la época tras el éxito de *Alien, el octavo pasajero*, atrajo a la productora Filmways Pictures. Se autorizó un presupuesto de 13 millones de dólares, aunque insuficiente para el enfoque del realizador británico, y siguieron adelante esperanzados en conseguir financiación suplementaria una vez comenzada la preproducción.

En los meses siguientes, y en las instalaciones de los estudios Sunset-Gower de Hollywood, los integrantes del proyecto perfilaban el guión definitivo. Tras varias reescrituras los problemas surgieron entre Fancher y Scott. La idea moral romántica del guionista contravenía el enfoque más duro del director; así, y con la complicidad de Deedley, la persona que dio origen al proyecto fue apartada. De esta manera, David Peoples, el guionista que más tarde firmaría el libreto de *Sin Perdón*, fue contratado para retocar las páginas de Fancher.

Aunque el mayor problema al que se enfrentaron en esos momentos fue la repentina salida del proyecto de Filmways, motivos económicos y de confianza en el proyecto son los más factibles. Así, Katy Haber, productora ejecutiva de la cinta, nos dice: *teníamos a todo el personal trabajando, con sueldo, y con el rodaje a pocas semanas de distancia. La retirada de Filmways era una pesadilla* (M. Sammon, 2005: 78). Apenas diez días más tarde, Michael Deeley encontraba financiación de varias fuentes, siendo todo un logro en tan poco tiempo. Si hubiera persistido la ausencia económica la película no se habría llevado a cabo y el equipo se hubiera disgregado sin posibilidad posterior de reunión.

Los acuerdos económicos definitivos se acordaron de la siguiente forma:

The Ladd Company aportó siete millones y medio a través de Warner Brothers, que a cambio recibiría los derechos de distribución de la película en Estados Unidos. [...] Sir Run-Run Shaw aportó otros siete millones y medio a cambio de los derechos de distribución

fuera de Estados Unidos. [...] El tercer y último participante era Tandem Productions, compañía dirigida por el productor y director Bud Yorkin y por Jerry Perenchio (M. Sammon, 2005: 79).

Tandem Productions se involucró en calidad de garante de bonos para terminar la película, lo que representaba que si el presupuesto final excedía del 10% del total asumían dicho exceso, pero tomaban el control de la película. Aportaron siete millones de dólares por los derechos complementarios.

Obtenida la financiación, actores y equipo técnico, el rodaje comenzó el 8 de marzo de 1981. Pero según nos cuenta Katy Haber, *Tandem estaba furiosa con Michael y Ridley, Ridley y Michael se peleaban con Tandem, y el actor principal y el director llegaron a un punto en el que apenas se hablaban. Ridley también estaba irritado con el equipo técnico, y muchos miembros del mismo odiaban a Ridley. Todo era espantosamente horrible, de verdad* (M. Sammon, 2005: 188). Las tensiones aumentaron a lo largo del rodaje; las tres primeras semanas tuvieron que ser fotografiadas de nuevo al resultar demasiado oscuras a gusto de Scott, provocando la animadversión de Jordan Cronenweth, director de fotografía. A partir de ese instante, el retraso y las exigencias económicas se acumulaban. Esta situación la acrecentaba Ridley con su extremado perfeccionismo visual. Así, Bud Jorkin, en una entrevista concedida a *The Angeles Time Magazine* el 13 de septiembre de 1992, nos afirma: *Jerry (Perenchio) y yo nos metimos en esto con los ojos vendados. Sabíamos que sería un rodaje difícil... Pero seguíamos siendo sólo dos tipos que sacaban el dinero de su propio bolsillo o que pedían un préstamo a un banco. E ir al plató y ver cómo alguien tarda cinco horas más de lo normal en preparar un plano, ver cómo se malgasta tu propio dinero, es algo que nadie necesita ver, a no ser que tenga un corazón muy sano* (M. Sammon, 2005: 190). El concepto que tenía Tandem del filme no se correspondía con lo que estaban contemplando. Creían quizás estar financiando una nueva *Star Wars*, pero la visión de Ridley distaba mucho de eso. Una vez finalizado el rodaje, que duró más de cuatro meses y que se había desarrollado completamente de noche, el presupuesto de la cinta se había pasado en cinco millones de dólares. El enfrentamiento que se produjo entre la parte económica encabezada por *Tandem* y la artística de la mano de Ridley Scott y Michael Deeley tuvo su punto álgido dos días después de la finalización del rodaje. Escenas eliminadas o simplificadas aparte, Scott estaba satisfecho con el resultado final, pero el 11 de julio de 1981 *la clásica batalla hollywoodiense entre el arte y el dólar* llegó en forma de comunicado a manos de Michael Deeley: *... recibí una carta de los abogados de Tandem diciendo que Ridley y yo habíamos incumplido con esta y aquella cláusula de nuestro acuerdo de producción, ya que la película se había salido del presupuesto. Y, por tanto, la película sería terminada por Tandem Productions. Estábamos, y cito, «fuera de la película»* (M. Sammon, 2005: 192).

Aunque el despido no se hizo realmente efectivo, el control artístico de Tandem en la producción fue mucho mayor. Y comenzaron las exigencias narrativas. A raíz de unos

pases previos en Denver y Dallas, en los que la reacción del público no fue nada positiva, afloraron adjetivos como ambigua, oscura o desconcertante entre las opiniones recolectadas. La inquietud dentro del equipo era palpable, así que se plantearon una serie de cambios. El primero que se propuso fue la creación de una voz en *off* que explicase de manera más clara el argumento del filme. La idea de que Deckard hablara de fondo no fue totalmente imposición del estudio, como se podría creer en un principio, ya aparecía en el guión original de Fancher, que otorgaba al personaje protagonizado por Ford un aire de cine negro que en esos momentos vieron adecuado. Pero tal deseo, como nos comenta Peoples, se fue diluyendo conforme avanzaba la producción: *... por febrero de 1981, tanto Ridley como yo decidimos que quedaría mejor eliminar casi toda la voz de fondo del guión de rodaje. Tomamos esa decisión por dos motivos prácticos. El primero era que queríamos asegurarnos de que la trama no dependía de la narración. [...] El segundo motivo era que el guión cambiaba continuamente durante el rodaje, y se alteraba esta o aquella escena. Algo que habría alterado por completo el ritmo, contenido o localización de la narración original escrita antes del rodaje* (M. Sammon, 2005: 263). Pero tras los pases de Denver y Dallas, Tandem Productions quiso rehacer la narración de fondo, y por tercera vez, Harrison Ford fue instado a realizar una nueva locución, que fue la que finalmente se estrenó. A esta sesión de grabación no fueron invitados ni Michael Deeley ni Ridley Scott, ya caídos totalmente en desgracia. De esta manera se obtuvo la voz en *off* que aparece en la copia de 1982, una átona recitación de explicaciones, en muchos casos superfluas, y que Ford realizó sin el menor convencimiento, hastiado ya de la película. Así, Terry Rawlings, el montador de *Blade Runner*, nos aclara que *no me cansé de decirles durante toda la producción que estaban enfocando mal la narración. Si vas a incluir una narración de fondo, no se busca que diga «¡Mira eso! ¡He encontrado un lápiz!», mientras se ve a un personaje cogiendo un lápiz. Es de idiotas* (M. Sammon, 2005: 259).

Otro de los elementos que produjo la confusión de las dos primeras *previews* fue la inclusión a última hora de un final feliz que mitigase la ambigüedad que para los directivos de Tandem producía el final original ideado por Scott. En ese *happy end* se nos descubre a Deckard y Rachel huyendo por un paisaje verde, mientras éste explica que Tyrell le había dicho que ella era especial, que no tenía fecha de terminación. La historia del final feliz, a la par que la narración en *off*, tiene una historia plagada de rumores y especulaciones. La supuesta imposición del mismo por parte de Tandem, nos descifra Sammon, es en parte cierta, aunque esta escena estaba en principio guionizada. Pero, explica Michael Deeley, que *el final nació de esos pases. Pese a estar escrita y planificada antes de empezar a rodar, nos quedamos sin recursos para rodar ese final. Después, durante el montaje, Ridley cambió de opinión respecto al final, y pensó que sería mucho mejor acabar visualmente la película con una nota mucho más dura y ambigua: con las puertas del ascensor cerrándose tras Deckard y Rachael. [...] Dejaba una impresión enigmática y duradera en la película* (M. Sammon, 2005: 261).

Con estos cambios ya introducidos se realizó un último pase de prueba en San Diego, con una aceptación mucho más positiva que en las ocasiones anteriores. Así el 25 de junio de 1982 *Blade Runner*, y con un presupuesto final de 28 millones de dólares, se estrenó en 1.290 salas de todo Estados Unidos. Pero la reacción de la crítica fue feroz: *ciencia-ficción pornográfica, toda sensaciones y nada de alma* (M. Sammon, 2005: 275), de esta manera la describió Oat Berman en el *State and Columbia Record*. La prensa especializada, aunque con honrosas excepciones, achacaba al filme de Ridley Scott un exceso visual que aplastaba cualquier atisbo de historia. La acogida del público fue también fría: aunque un esperanzador primer fin de semana auguraba mejor suerte, los resultados de taquilla fueron en descenso poco a poco. Este fracaso pudo deberse a muchos factores; es indudable que la oscuridad, ambigüedad y crudeza de *Blade Runner* no era plato de buen gusto para la sociedad de la época. Atrapado en el cine espectáculo de *Star Wars* e *Indiana Jones* y cautivado por la conmovedora historia de un pequeño alienígena llegado a la Tierra, *E.T. El Extraterrestre*, estrenada poco antes, el público no quería ver un antihéroe que asesinaba a mujeres por la espalda en un universo negro y lluvioso. En definitiva, la población mundial no estaba preparada para el enfoque pesimista y apocalíptico de *Blade Runner*.

Pero la indudable fuerza estética y argumental de la película resurgió de las cenizas de las salas cinematográficas. *Blade Runner*, en una pirueta inaudita, pasó de fracaso comercial absoluto y pieza denostada por la crítica, a filme de culto por excelencia, siendo en la actualidad un icono cultural postmoderno, imitado hasta la saciedad y generador de controversia continua. Diversos fueron los motivos de este renacer; entre ellos destaca la tremenda difusión que se produjo en los años ochenta del video doméstico y la televisión por cable en Estados Unidos, lo que propició que un nuevo público se acercara al film. Así Sammon nos aclara que *tenerla en video significaba que cualquiera que la hubiera visto o no la hubiera entendido debido a su sutileza narrativa y su sobrecarga visual podía volver a verla por segunda, tercera y hasta cuarta vez* (M. Sammon, 2005: 282). A medida que la cinta encontraba su público, la prensa especializada comenzaba a desdecirse. De igual forma, en el ámbito universitario y gracias a la contribución del volumen titulado *Retrofitting Blade Runner* publicado por la Bowling Green State University, nació un interés académico por la película. En los noventa, Internet proporcionó el empujón definitivo en la consagración de *Blade Runner* como la mayor obra de culto de los últimos tiempos.

Diez años después de su estreno y tras numerosos litigios, Ridley Scott comenzó la supervisión de una versión alternativa de *Blade Runner* llamada Versión del Director (Director's Cut) con la intención de mostrar el enfoque original que tenía sobre el filme.

Se ve a Deckard tocando una melodía inconexa en el piano. La imagen se funde con la de un unicornio corriendo por un bosque. El animal galopa hacia la cámara, gira y se desvía hacia la

derecha de la pantalla. Entonces agita la cabeza. Un fundido nos muestra a Deckard al piano. Fin de la escena (M. Sammon, 2005: 308).

Esta escena, rodada en los estudios Pinewood en la postproducción de la película, fue la aportación más polémica del director Ridley Scott a la versión estrenada en 1992. Este onírico plano, ensoñación alcohólica del protagonista hacia el ecuador de la cinta, supone un giro de 180 grados en la interpretación final del filme.

Así, Michael Arick, restaurador de la cinta, nos comenta que esta nueva visión fue en respuesta a una copia de trabajo que Warner Brothers comenzó a comercializar con el sobrenombre de «versión del director» y que coincidía con unos pases previos que se proyectaron en Denver. Esta copia, además de no cumplir con las especificaciones técnicas necesarias para su proyección pública en una sala comercial, no poseía los elementos que Ridley Scott quería incluir.

El sueño del unicornio fue una apuesta personal del director. A diferencia de la narración de fondo y el final feliz, esta escena no estaba en el guión. Durante el rodaje, a Ridley Scott se le ocurrió la idea de introducir una ensoñación inusual cuando Deckard tocaba el piano, pero Tandem no estaba de acuerdo en su inclusión: «*Eliminadlo. Es demasiado vago*», decían. Así que la secuencia original del unicornio se eliminó muy pronto (M. Sammon, 2005: 309). Ahora Scott no quería renunciar; así, en agosto de 1992, se estrenó *Blade Runner-Director's Cut* con sueño de unicornio, única versión de la película donde aparece.

La inclusión de esta escena hace de la Versión del Director una película particularmente distinta a la estrenada en 1982. Que el personaje de Deckard sueñe con un unicornio que cabalga por un paisaje forestal está claramente vinculado con la figura de *origami* que Gaff deja en casa de Deckard, otorgando a la última secuencia del filme una carga de profundidad mucho mayor. Esta figura de papel de estaño no sólo nos dice que Gaff ha estado allí y ha dejado vivir a Rachel, sino que el propio Deckard podría ser un replicante, única explicación al hecho de que Gaff conozca la íntima ensoñación del protagonista (implantación de recuerdos). Así nos lo corrobora el propio Scott: *Pensé que si antes mostraba que le brillaban los ojos, alguien del público se daría cuenta y pensaría: «Oye, igual también es un replicante».* Entonces, cuando Deckard cogiera el unicornio y asintiera, señal de que sabe que lo ha dejado Gaff, esos mismos espectadores pensarían que se habían confirmado sus sospechas (M. Sammon, 2005: 336). De esta manera, es evidente que la intención de Ridley Scott en la versión de 1982 fue truncada, siendo la propuesta de diez años después la auténtica *Blade Runner*. Además de la inclusión de la escena antes mencionada, fue eliminada la voz en *off* y el final feliz, dejando una cinta más pesimista y ambigua, a gusto del realizador británico.

De forma reciente, la edición por parte de los directores de una versión personal posterior a su estreno cinematográfico ha permitido a éstos completar, ahondar o perfi-

lar algunas cuestiones que, fundamentalmente por motivos economicistas, fueron obviadas en un primer momento. Pero convertir a Rick Deckard en un replicante, obvio en la versión de 1992, supone un cambio radical en la concepción de la película. La convierte en otra. La relación individuo-replicante se diluye, la humanidad se democratiza y todos *son más humanos que los humanos*, tal y como nos dice Tyrell en su fastuosa presentación. Deckard replicante abre posibilidades narrativas difíciles de encontrar en su primera versión. De esta manera, las injerencias financieras que atosigaron a Ridley Scott y a Michael Deeley de la mano de Tandem provocaron la deriva narrativa de la primera versión del filme, obligando a sus autores a una serie de claudicaciones críticas en su concepción de la cinta.

Pero Ridley Scott no quedó totalmente satisfecho con su Versión del Director. Las premuras impuestas también en esta ocasión por Tandem, poseedores de los derechos de distribución, impidieron la recuperación de algunas escenas no incluidas en versiones anteriores. Así se prepara para finales de 2007 *The Final Cut*, una edición mejorada con la actual tecnología digital que pretende transmitir el esplendor que Ridley Scott ideó originalmente para la obra de Dick.

BIBLIOGRAFÍA

- AA. VV. (1998), *Blade Runner*, Barcelona, Tusquets Editores.
- Barlow, A. (2003), *¿Cuánto te asusta el caos?* Granada, Editorial AJEC.
- Bukatman, S. (1997), *Blade Runner*, Londres, British Film Institute.
- Gorostiza, J., y Pérez, A. (2002), *Ridley Scott. Blade Runner*, Barcelona, Paidós.
- Jacoste Quesada, J. G. (1996), *El productor cinematográfico*, Madrid, Editorial Síntesis.
- K. Dick, P. (1992), *Blade Runner: ¿sueñan los androides con ovejas eléctricas?* Madrid, Mediasat.
- Marzal Felici, J. J., y Rubio Marco, S. (2002), *Blade Runner: Ridley Scott*, Valencia, NAU Llibres.
- M. Sammon, P. (2005), *Cómo se hizo Blade Runner. Futuro en negro*, Madrid, Imágica Ediciones.
- Prieto, M. A. (2005), *Colección making of: Blade Runner*, Madrid, T&B Editores.

Sobre Procusa (1958-1965), una iniciativa de coproducciones europeas y de cortometrajes

J. M. CAPARRÓS LERA
Universidad de Barcelona

143

A finales del año 1957, un grupo de intelectuales e industriales de Madrid fundó la firma cinematográfica PROCUSA (Productores Cinematográficos Unidos, S. A.), y a partir de 1958 empezaron las actividades profesionales de esa empresa.

Esta productora quedó inscrita en el Ministerio de Cultura con fecha 14 de marzo de 1958. PROCUSA se creó con capital de la familia Luca de Tena, algunos de cuyos miembros estaban vinculados a la edición del diario *ABC* o a diversas actividades artísticas relacionadas con la literatura, el teatro y el cine¹. En su primer Consejo de Administración figuraban Juan José Alonso Grijalba —a su vez consejero de la distribuidora Dipenfa-Filmayer— como presidente, y el ingeniero industrial José María Villota como consejero delegado.

Asimismo, debido a la competencia del reconocido Cine-Club Monterols, de Barcelona, algunos de sus miembros serían invitados a colaborar en esa nueva empresa².

¹ Al parecer, PROCUSA tuvo sus antecedentes en dos firmas cinematográficas: RODAS, que regentaba Torcuato Luca de Tena y que había destacado en la producción *Embajadores en el infierno* (1956), de José María Forqué (sobre esta película, vid. asimismo Alegre, S., *El Cine cambia la Historia. Las imágenes de la División Azul*. Barcelona: PPU, 1994) y Ariel, P. C., donde estaban Alberto Ullastres y Luis Valls Taberner, la cual coprodujo con Continental y Domiziana (Italia) *Los jueves, milagro* (1957), de Luis G. Berlanga.

² Uno de los fundadores de este cine-club universitario, Antonio M.^a Ramírez, me comentaría en 1998 la visita que uno de los promotores de PROCUSA, Alberto Ullastres, hizo a Monterols. Ullastres se entrevistó en Barcelona

Estuvieron bajo contrato laboral, entre muchos otros profesionales del cine español y extranjero (véase Apéndice I), los siguientes especialistas: el antes citado José María Villota, como consejero delegado; Fernando Lázaro, como director gerente³; José María Otero, como guionista y productor ejecutivo; José Luis Guarner y Eusebio Ferrer, como guionistas, y Jorge Grau, como ayudante de dirección y realizador.

Con una amplia producción de cortometrajes de carácter artístico-cultural y la vista puesta también en las coproducciones con otros países europeos –más concretamente Italia, Francia y Alemania–, alguno de sus títulos más ambiciosos fueron *Los últimos días de Pompeya* (1959) y *El coloso de Rodas* (1961)⁴, junto al film de carácter pacifista *Un taxi para Tobrouk* (1961), de Denys de la Patellière (véase Apéndice II).

Los más prolíficos cineastas de PROCUSA serían Eugenio Martín y Jorge Grau. Grau⁵ –que había estudiado becado en el Centro Sperimentale di Cinematografia, de Roma, y era también el primer firmante del célebre *Manifiesto del color* (1957)–, realizó para esa empresa su primera película de largometraje, *Noche de verano* (1962), pionera del Nuevo Cine Español de los sesenta. Por su parte, Eugenio Martín⁶ dirigió cuatro filmes para esta empresa: *Los corsarios del Caribe* (1960), *Hipnosis* (1962), *Duelo en el Amazonas* (1964) y *La muerte se llama Myriam* (1965), último largometraje de la compañía. Con todo, la producción más valorada de esta firma fue *Los cien caballeros* (1964), de Vittorio Cottafavi, una «mezcla desigual e insólita –en palabras del crítico José Luis Guarner, que colaboró en el guión de este film– de cuento filosófico, fábula alegórica y film de aventuras»⁷.

con el cineasta Antonio Isasi-Isasmendi –que también colaboraba en las actividades cineclubísticas y supervisó el montaje de la película didáctica realizada en ese Colegio Mayor Universitario, *Lecciones de cinematografía* (1956)–, para que le aconsejara sobre aquel proyecto. Cfr. Caparrós Lera, J. M., *Cinema y vanguardismo. «Documentos Cinematográficos» y Cine-Club Monterols (1951-1966)*. Barcelona: Flor del Viento, 2000, p. 118.

³ A principios de los años sesenta, Fernando Lázaro ya había destacado por dos extensos artículos especializados: «Visión económica de la producción cinematográfica nacional» y «La coproducción: fórmula económica de la industria cinematográfica», en *Documentos Cinematográficos*, n.º 1 (mayo 1960), pp. 5-20, y n.º 5 (octubre 1960), pp. 21-40, respectivamente.

⁴ Véase la valoración crítica del especialista Rafael de España, *El Peplum. La Antigüedad en el cine*. Barcelona: Glénat, 1998, y sus comentarios críticos en la edición de DVD.

⁵ El catalán Jordi Grau realizó para esta firma varios cortometrajes y trabajó como ayudante de dirección en las coproducciones *Diez fusiles esperan* (José Luis Sáenz de Heredia, 1958), *El coloso de Rodas* (Sergio Leone, 1961) y *Goliat contra los gigantes* (Guido Malatesta, 1961), cuyo rodaje terminó personalmente, así como su sonorización posterior. Fue asesor de color en *Los últimos días de Pompeya* (Mario Bonnard y Sergio Leone, 1959), que firmaría como coordinador artístico.

⁶ Este realizador andaluz fue también crítico y promotor del cineclubismo en Granada, su ciudad natal, y se había diplomado en el Instituto de Investigaciones y Experiencias Cinematográficas (IIEC), de Madrid. Trabajó como ayudante de dirección de Nicholas Ray, Guy Hamilton, Michael Anderson y Roy Ward Baker, entre otros, dedicándose al cine de género. Más adelante fundaría su propia productora, Vega Films.

⁷ Cfr. voz «Vittorio Cottafavi», en Romaguera Ramió, J. (coord.), *Enciclopedia ilustrada del cine*. Barcelona: Labor, 1969, vol. I, p. 265.

Tal firma cinematográfica, que algunas fuentes han vinculado erróneamente al Opus Dei⁸, estaba integrada por un buen grupo de profesionales –algunos miembros de esta institución– que desarrollaron su trabajo con total independencia y absoluta responsabilidad personal, sin recibir consignas de nadie. Así lo confirmaría el antiguo productor ejecutivo de PROCUSA y luego director general del Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) José María Otero:

Productores Cinematográficos Unidos, S. A. –más conocida como PROCUSA– era una empresa formada por personas de las más diversas procedencias e ideas: Gonzalo Fernández de la Mora, Torcuato Luca de Tena, Alberto Ullastres; Eduardo de la Fuente, antiguo republicano, era el director general de Producción. También colaboraron la mayoría de los que hacían cortometrajes en el área que dirigía Juan Ignacio de Blas –creador de la Librería Visor–. Encontré a veteranos directores como José Luis Sáenz de Heredia, Antonio Román o José María Forqué, y una nueva generación que empezaba a dirigir, o a intentarlo, entre los que recuerdo a Antonio Giménez-Rico, José María Gutiérrez, Antonio Mercero, Eugenio Martín, Antonio Pérez Olea; nuevos productores como Elías Querejeta –ex jugador de la Real Sociedad y cabeza de fila del Nuevo Cine Español– y Antonio Eceiza, con los que coproducimos *Noche de verano*; guionistas como Martín Recuerda y Alfredo Mañas...

PROCUSA quería ser como una nueva CIFESA, y tomó el modelo en esa importante productora y distribuidora (que desapareció también en los años sesenta), estableciendo relaciones económicas con firmas europeas –de Italia y Alemania– para realizar coproducciones. José María Villota –que tenía mentalidad empresarial y un planteamiento industrial– fue su verdadero artífice.

Al irse Villota –quien montó con su hermano los Estudios de doblaje Exa–, Fernando Lázaro –que era más pragmático y decidido a hacer economías– le sucedió en la dirección. Sin embargo, le faltó disponer de una distribuidora propia. El acierto de CIFESA, de FILMÓFONO o de Cesáreo González con SUEVIA fue unir producción y distribución. PROCUSA tenía que buscar para cada película su distribución, sin que nunca estuvieran bien explotadas. Ante esa situación, y pese al acervo patrimonial que se había creado con los negativos de las películas producidas y el *Know-how* en producción adquirido, los accionistas, en base al poco rendimiento de las películas, decidieron disolver la compañía.

Aparte de que Fernando Lázaro o José María Villota fuesen del Opus Dei, este hecho no trascendía a la empresa, pertenecía al ámbito personal. Los ejecutivos teníamos cada uno nuestras opiniones y total independencia. El ambiente era absolutamente profesional y la

⁸ Personalmente el propio José Luis Guarner, en conversación conmigo (agosto 1983), rectificaría la declaración que hizo en una entrevista con Iván Tubau –que ha sido citada ampliamente por otros autores–, afirmando que había un plan para controlar la cinematografía en España. De ahí que sea importante clarificar esta historia.

única orientación era producir un cine internacional de calidad, y dar oportunidad a los jóvenes con cortometrajes⁹.

Por otra parte, las actividades de esta firma productora están sintetizadas por el historiador catalán Esteve Riambau, en su correspondiente voz del *Diccionario del Cine Español*.

(...) Tras la producción de la comedia *El gafe* (P. L. Ramírez, 1958), su actividad se apartó de una línea explícitamente doctrinal para decantarse hacia el ámbito de las coproducciones internacionales, invariablemente efectuadas con la empresa italiana Internazionale Domiziana o la alemana International Germania Films. Fruto de tales contactos surgieron diversos films de presupuesto superior al promedio del cine español de la época y tendencias genéricas vinculadas al *peplum*: *Los últimos días de Pompeya/Gli ultimi giorni di Pompei* (Mario Bonnard y S. Leone, 1959), *El coloso de Rodas/Il colosso di Rodi* (S. Leone, 1961), o *Goliath contra los gigantes/Goliath contro i giganti* (G. Malatesta, 1961); al policiaco: *Tiempo de violencia* (G. Bongioanni, 1963) o *Araña negra* (F. J. Gottlieb, 1963), así como al *western*, *La ley del forastero* (R. Rowland, 1963).

También acogió obras primerizas de algunos realizadores: Jordi Grau (*Noche de verano/Il peccato*, 1962) —objeto de críticas por parte del asesor religioso de la empresa— o Antonio Mercero (*Se necesita chico*, 1963), ambos adscritos al Nuevo Cine Español, y la participación como guionistas de José M.^a Otero y José Luis Guarner, procedentes del Cine-Club Monteroles de Barcelona. Otras líneas de actuación de la empresa fueron las coproducciones con Época Films, *Tengo 17 años* (J. M.^a Forqué, 1964), e Impala, *El conde Sandorf* (G. Lampin, 1963), diversos títulos dirigidos por Eugenio Martín, como *Los corsarios del Caribe* (1960), *Hipnosis* (1962) o *Duelo en el Amazonas* (1964), y *Los cien caballeros/I cento cavalieri* (1965), celebrada versión de Vittorio Cottafavi en la evocación de la invasión musulmana de España, producida poco antes de la disolución de la empresa a mediados de los sesenta¹⁰.

Finalmente, el mismo José María Otero, como director general del ICAA, me facilitó fuentes primarias que no había consultado cuando redacté mi monografía citada,

⁹ Entrevista realizada en Madrid (28-XII-1998). Al mismo tiempo, el citado realizador Eugenio Martín hizo unas declaraciones análogas, en *Cuadernos de la Academia*, n.º 3 (junio 1998), pp. 265-266.

José María Otero, que antes había sido crítico cinematográfico de *La Estafeta Literaria* (1958-1960), director del Cine-Club del Ateneo de Madrid y director literario de los Estudios de doblaje Metro (Barcelona), montó con el referido Eduardo de la Fuente la firma Tito's Film (Madrid), con la cual produjo la adaptación de *Ninette y un señor de Murcia* (1965), dirigida por Fernando Fernán-Gómez, precisamente el mismo año en que desapareció PROCUSA. También fue el productor ejecutivo de la serie televisiva de Vittorio Cottafavi sobre Cristóbal Colón. Con Villota sólo pude ponerme en contacto por teléfono; vive en Madrid. José María Villota ya me indicó (diciembre 1998) que Otero era la persona más indicada para aclararme el tema. Con Fernando Lázaro —hoy fallecido— tuve correspondencia por e-mail (abril 1999), cuyas declaraciones constato en *Cinema y vanguardismo*, cit., pp. 125-128, donde también hablaba de PROCUSA, y la calificó como «la historia fallida de un intento ambicioso para el cine español» (nota 34).

¹⁰ Cfr. Esteve Riambau, voz «Procusa», en Borau, J. L. (ed.), *Diccionario del Cine Español*. Madrid: Alianza, 1998, pp. 709-710.

Cinema y vanguardismo –base de este artículo, de carácter más cuantitativo–. Por su importancia, las reproduzco seguidamente.

En el libro de registro de empresas cinematográficas del Ministerio de Cultura, folio y expediente n.º 45, figura la inscripción de la sociedad «Productores Cinematográficos Unidos, S. A.», con fecha 14 de marzo de 1958, dada de alta en el Registro Mercantil, tomo 1.227, Sección 3.ª, Folio 112, Hoja 2.414, con domicilio social en la calle de Alcalá, 96, de Madrid. El capital autorizado era el de 8.500.000 pesetas –desembolsado sólo el 25%–, con el nombre comercial de «PROCUSA», inscrita asimismo en el Registro de Propiedad Industrial en el libro 659, folio 345, con el núm. 3.30.845, y en el Censo Sindical con el n.º 82, de fecha 4 de enero de 1960.

Se constata en ese documento del Registro ministerial (Sección 1.ª-Productoras; Libro 2.º-Personas jurídicas, Tomo 1.º–, bajo el epígrafe ADMINISTRADORES Y APODERADOS, la escritura de constitución con fecha 30 de octubre de 1957, n.º 4.649, ante el notario de Madrid Blas Piñar, donde se designa el primer Consejo de Administración:

Presidente	Juan José Alonso Grijalba
Vicepresidente	Torcuato Luca de Tena Brunet
Vocales	Luis Felipe Miguel Vilapadierna
	Gonzalo Fernández de la Mora
	Pedro Masabeu Masabeu
	Juan José López Ibor
	José Luis Alonso Cillera
	Luis Valls Taberner
	Fernando Camacho
	José María Arana Aizpurna
Consejero-delegado	José María Villota Elejalde
Secretario	Juan Bautista Aparicio

En el siguiente folio de dicho Registro aparece un apartado de SEGUNDAS Y POSTERIORES INSCRIPCIONES, que dice así:

- 2.ª 9-XII-60 Escritura ante el mismo notario n.º 4.173: aumento de capital social hasta quince millones de pesetas.
- 3.ª 27-IV-61 Escritura ante el notario de Madrid, Francisco Rodríguez, n.º 1.418: nombramiento de director administrativo a Joaquín Villanueva Poll.
- 4.ª 12-I-63 Testimonio literal de la escritura ante el notario de Madrid, Blas Piñar, n.º 190 sobre:

1) Composición Consejo de Administración, quedando como sigue:

Presidente	Alfredo López Martínez
Vicepresidente	Pedro Masabeu Masabeu
Vocales	José María Arana Aizpurna
	José Luis Alonso Cillero
	Fernando Arcos García
	Fernando Lázaro Romeo
	Juan José López Ibor
	Rafael Masabeu Masabeu
	Alberto Colomina Botí
	Gonzalo Fernández de la Mora
	Agustín Amorabieta Martí
Secretario	Juan B. Aparicio Giménez

2) Nombramiento de director gerente: Fernando Lázaro Romeo.

3) Revocación de los poderes otorgados a Juan B. Aparicio Giménez y Joaquín Villanueva Poll.

5.^a 3-I-65 Escritura ante el Notario de Madrid, Francisco Monedero, n.º 4.857, de fecha 24-X-64: Designación de consejero y apoderamiento a favor de don Carlos Ituiño García.

6.^a 10-X-83 CANCELADA. Se cancela la presente inscripción de acuerdo con el Artículo 39 de Orden Ministerial de 7-IV-78. (Sello del Ministerio.)

Por último, incluyo –tal y como aparece en las cuatro fichas conservadas en el susodicho Ministerio– la relación de producciones de PROCUSA:

N.º Exp.	Título	Metraje	Clasificación	Observaciones
58-58	EL GAFFE	L	Autoriz.	
249-58	DIEZ FUSILES ESPERAN	L	Autoriz.	Cop. con Italia
150-58	COSTA BRAVA	C	Autoriz.	
62-59	LOS ÚLTIMOS DÍAS DE POMPEYA	L	Autoriz.	Cop. Italia y Alemania
148-59	UN TRONO PARA CRISTY	L	Autoriz.	Cop. con Alemania
172-59	SOBRE MADRID	C	Autoriz.	
44-60	JORGE, EL PEQUEÑO BOMBERO	C	Autoriz.	
50-60	EL PASTOR VASCO	C	Autoriz.	
51-60	TORO	C	Autoriz.	
65-60	BARCELONA, VIEJA AMIGA	C	Autoriz.	Exp. 57-61
56-60	EL COLOSO DE RODAS	L	Autoriz.	Cop. con Francia y Alemania
108-60	MEDIO SIGLO EN UN PINCEL	C	Autoriz.	
110-60	TUNA STOP	C	Autoriz.	
128-60	UN TAXI PARA TOBROUK	L	Autoriz.	Cop. con Francia
156-60	INVIERNO EN CANARIAS	C	Autoriz.	
172-60	CRISTO FUSILADO	C	Autoriz.	

N.º Exp.	Título	Metraje	Clasificación	Observaciones
178-60	COSTA DE ESMERALDA	C	Autoriz.	
135-60	LOS CORSARIOS DEL CARIBE	L	Autoriz.	EPOCA F. Cop. con Italia
169-60	GOLIATH CONTRA LOS GIGANTES	L	Autoriz.	Cop. con Italia
43-61	MONJES Y ROMEROS	C	Autoriz.	
44-61	LOS CAMINOS DE D. QUIJOTE	C	Autoriz.	
54-61	FERIA DE SEVILLA	C	Autoriz.	
105-61	LECCIÓN DE ARTE	C	Autoriz.	
103-61	A RAS DE RÍO	C	Autoriz.	
114-61	ACHARCOAGA	C	Autoriz.	
120-61	ASÍ ES VALENCIA	C	Autoriz.	
135-61	UN DÍA DE PLAYA	C	Autoriz.	
136-61	PLAYA DE VERANEO	C	Autoriz.	
143-61	NIÑOS	C	Autoriz.	
173-61	ESPACIO DOS	C	Autoriz.	
37-62	DANZA ESPAÑOLA	C	Autoriz.	
89-62	HIPNOSIS	L	Autoriz.	Con RODAS. Cop. con Alemania e Italia
134-62	EL GRAN REBELDE (Otro título: EL CONDE SANDORF)	L	Autoriz.	Cop. con Francia, Italia e IMPALA
175-62	NOCHE DE VERANO	L	Autoriz.	
236-62	A TRAVÉS DEL FÚTBOL	C	Autoriz.	
237-62	LA SUERTE	C	Autoriz.	
252-62	TAUROMAQUIAS	C	Autoriz.	
253-63	SIEMPRE AMANECE	C	Autoriz.	
128-63	JUGANDO ALREDEDOR DE VARIOS TOROS	C	Autoriz.	
127-63	LA ARAÑA NEGRA	L		24-I-64 Cop. Italia y Alemania
41-63	SE NECESITA CHICO	L	Autoriz.	Cop. con Italia
78-63	TIEMPO DE VIOLENCIA	L	Autoriz.	Cop. con Italia y Alemania
228-63 ¹¹	INUNDACIONES EN SEVILLA	C	Autoriz.	
248-63	6.000 ALBERGUES	C	Autoriz.	
249-63	INUNDACIONES EN BARCELONA	C	Autoriz.	
250-63	SEVILLA CRECE	C	Autoriz.	
73-64	DUELO EN EL AMAZONAS	L	Autoriz.	Cop. franco-alemana
106-64	NACE UN TECHO	C	Autoriz.	
149-64	LOS CIEN CABALLEROS	L	Autoriz.	Cop. con Alemania y Francia
281-64	LA LEY DEL FORASTERO	L	Autoriz.	Cop. con Alemania
288-64	SPAIN IS DIFFERENT	L	Desestimada	Cop. con Alemania
105-65	EL HOMBRE DE TOLEDO (Título: LA MUERTE SE LLAMA MYRIAM)	L	Autoriz.	Cop. con Italia y PETRUKA
161-65	UNIVERSIDAD DE NAVARRA	C	Autoriz.	

¹¹ A partir de este expediente figura en la cabecera de la cuarta ficha de PROCUSA el nombre de Fernando Lázaro Romeo como representante legal de la empresa (hasta la tercera ficha figuraba José M.^a Villota Elejalde), con un cambio de domicilio de la productora: Lagasca, 27, de Madrid.

O sea, según ese Registro Oficial, las producciones de PROCUSA suman 18 largometrajes (L) y 34 cortos (C): 52 títulos que fueron realizados entre los años 1958 y 1965.

Aun así, si consultamos la base de datos del ICAA, vemos que aparecen ocho largometrajes y un corto –producidos por PROCUSA– que no están en las referidas fichas del Ministerio. Concretamente, son los siguientes largometrajes:

150

- 1958 LOS CLARINES DEL MIEDO (Antonio Román)
- 1959 LOS CHICOS (Marco Ferreri)
- 1962 ROCÍO DE LA MANCHA (Luis Lucia)
CANCIÓN DE JUVENTUD (Luis Lucia)
- 1963 LA CHICA DEL TRÉBOL (Sergio Grieco)
- 1964 TENGO 17 AÑOS (José María Forqué)
EL MISTERIO DE LAS NARANJAS AZULES (Philippe Condroyer)
- 1965 EL ÚLTIMO MOHICANO (Harald Reinl)

Tampoco aparecen las fichas técnicas de 12 cortos registrados, y sí un título nuevo:

- 1960 MINGOTE (Juan Ignacio de Blas)

Por eso cabría añadirlos a la relación y establecer esta suma: 26 largometrajes y 35 cortos. Es decir: 61 títulos. Veamos si no el gráfico que he elaborado sobre las producciones anuales de PROCUSA.

Quedaría pendiente ahora el visionado y análisis de tales películas para ofrecer una valoración cualitativa de esta amplia producción.

Sea como fuere, PROCUSA (Productores Cinematográficos Unidos, S. A.) constituyó una iniciativa de coproducciones europeas y de cortometrajes al servicio de nuestra industria cinematográfica. Una productora que sería calificada por su último representante legal, Fernando Lázaro, como «la historia fallida de un intento ambicioso para el cine español».

APÉNDICE I: DIRECTORES

Relación de directores españoles y extranjeros que realizaron películas para PROCUSA (por orden alfabético):

AGUIRRE, Javier
AMADORI, Luis César
BLAS, Juan Ignacio de
BONGIOANNI, Gianni
BONNARD, Mario

CAMUS, Mario
CERVERA, Pascual
CONDROYER, Philippe
COTTAFIVI, Vittorio
ECEIZA, Antonio

EGIDO, Luciano G.
FELIU, Jorge
FERRERI, Marco
FONT ESPINA, José María
FORQUÉ, José María
GOTTLIEB, Franz Josef
GRAU, Jorge
GRIECO, Sergio
LAMPIN, Georges
LÁZARO, Fernando
LEONE, Sergio
LUCIA, Luis

MALATESTA, Guido
MARTÍN, Eugenio
MERCERO, Antonio
PATELLIÈRE, Denys de la
QUEREJETA, Elías
RAMÍREZ, Pedro L.
REINL, Harald
ROJAS, Manuel
ROMÁN, Antonio
ROWLAND, Roy
SÁENZ DE HEREDIA, José Luis
SEBASTIÁN DE ERICE, Gonzalo

APÉNDICE II: PELÍCULAS

Siguiendo los datos del Ministerio de Educación y Cultura, reseñamos por orden de años las fichas técnico-artísticas de los largometrajes producidos por la firma PROCUSA, sola o en colaboración, tal como figuran en la web oficial (www.mcu/icaa); aunque en varios casos hemos rectificado o completado algún dato procedente de otras fuentes. No incluyo los cortos, pues no aparecen todos los títulos constatados.

1958:

Los clarines del miedo

Producción: PROCUSA (España).

Director: Antonio Román.

Argumento: Basado en la novela homónima de Ángel María de Lera.

Guión: Antonio Vich y Ángel María de Lera.

Asesor taurino: Victoriano G. Giraldo.

Fotografía: Antonio L. Ballesteros.

Música: Manuel Parada.

Montaje: Julio Peña.

Intérpretes: Francisco Rabal, Rogelio Madrid, Silvia Solar, Miguel Ángel, Mario Morales, Ángel Ortiz, José Marco Davo, Manuel Luna, José María Laverne, Rosita Valero, Luis Roses, Francisco Bernal, Manuel Braña, Ángel Álvarez, Félix Briones, Pilar Gómez Ferrer, Josechu Pérez de Mendoza.

Color - 80 min. Género: Drama.

Fecha de autorización: 1-IX-1958. Distribuidora: CIFESA.

Estreno: Rialto (Madrid), 3-XI-1958; Montecarlo, Niza y Aristos (Barcelona), 2-VI-1960.

El gafe

Producción: PROCUSA (España).

Director: Pedro L. Ramírez.

Argumento y guión: Vicente Escrivá.

Fotografía: Federico G. Larraya.

Música: Federico Contreras.

Montaje: José Antonio Rojo.

Intérpretes: José Luis Ozores, Tere del Río, Antonio Garisa, Julia Caba Alba, José Marco Davo, Nicolás Perchicot, Ramón Elías, Goyo Lebrero, Julio Gorostegui, José Calvo, José Ramón Giner, José Sepúlveda, Manuel Arbó, Manuel San Román, Erasmo Pascual, José Villasante, María Isbert, Mariano Ozores, Aníbal Vela, Ángel Álvarez, Mary Loli Gago, Pedro Fenollar.

Blanco y negro - 85 min. Género: Comedia.

Fecha de autorización: 6-XII-1958. Distribuidora: DIPENFA-FILMAYER.

Estreno: Capitol (Madrid), 7-XII-1959.

Espectadores: 542.

Recaudación: 248,36 euros (41.324 ptas.).

1959:

Los chicos

Producción: Época Films-TECISA-PROCUSA (España).

Director: Marco Ferreri.

Argumento: Leonardo Martín.

Guión y diálogos: Marco Ferreri y Leonardo Martín.

Fotografía: Francisco Sempere.

Música: Miguel Asins Arbó.

Decorados: Francisco Canet.

Montaje: José Antonio Rojo.

Intérpretes: Joaquín Zaro, Alberto Jiménez, José Sierra, Ana María Vidal, Adriano Rimoldi, Félix Dafauce, Rosario García Ortega, María Luisa Ponte, José Luis García, Mari Carmen Aymat, Carmen Francoi, Irene Daina, Conchita Gómez Conde, Carlos Díaz de Mendoza, Tilma Galy, Matilde Asensio.

Blanco y negro - 90 min. Género: Drama.

Fecha de autorización: 15-VI-1960. Distribuidora: DIPENFA-FILMAYER.

Espectadores: 2.610.

Recaudación: 1.731,70 euros (288.131 ptas.).

Estreno: 1-I-1959.

Diez fusiles esperan

Título italiano: *Zoras il ribelle*.

Producción: PROCUSA-Chapalo Films (España)/Domiziana Internazionale Cinematografica (Italia).

Director: José Luis Sáenz de Heredia.

Argumento y guión: Carlos Blanco, inspirado en un hecho real.

Fotografía: Francisco Sempere.

Música: Tomás Garbizu y Francisco Escudero.

Decorados: Ramiro Gómez.

Montaje: Julio Peña.

Ayudantes de dirección: Augusto Fenollar y Jorge Grau.

Intérpretes: Francisco Rabal, Ettore Manni, Rosita Arenas, Berta Riaza, Memmo Carotenuto, Milly Vitale, Félix de Pomés, Santiago Rivero, Xan das Bolas, María Jesús Lara, Juan Calvo, Jesús Puente, José María Lado, Juan Cazalilla, Carola Fernán-Gómez, Pilar Clemens, Carlos Martínez Campos, Beny Deus, María Jesús Neville, José Luis Sáenz de Heredia, Ballets vascos de San Sebastián: Goizaldi.

Blanco y negro - 88 min. Género: Drama.

Lugar de rodaje: Lekunberri, Madotz, Iturmendi, Arruazu, Aldatz, Leitza (Navarra).

Fecha de autorización: 5-III-1959. Distribuidora: DIPENFA-FILMAYER.

Estreno: Palacio de la Prensa (Madrid), 15-VI-1959. En Italia, 14-IV-59.

Un trono para Christy

Título alemán: *Ein Thron für Christine*.

Producción: PROCUSA-Antares Films-TECISA (España)/International Germania Film (Alemania).

Director: Luis César Amadori.

Argumento: basado en una obra de José López Rubio.

Guión: José López Rubio y Luis Marquina.

Fotografía: Antonio L. Ballesteros.

Música: Guillermo Cases.

Intérpretes: Christina Kaufmann, Zully Moreno, Ángel Aranda, Mercedes Muñoz Sampedro, Dieter Borsche, Josefina Díaz de Artigas, Félix Dafauce, Manuel Díaz.

Color - 98 min. Género: Romántico.

Fecha de autorización: 13-IV-1960. Distribuidora: MERCURIO FILMS.

Estreno: Palacio de la Música (Madrid), 24-X-1960.

Los últimos días de Pompeya

Título italiano: *Gli ultimi giorni di Pompei*.

Título alemán: *Die Letzten Tage von Pompeji*.

Producción: PROCUSA (España)/Cineproduzioni Associate (Italia)/Transocen Film (Alemania).

Directores: Mario Bonnard y Sergio Leone.

Argumento: basado en la novela de Bulwer Lytton.

Guión: Ennio de Concini, Sergio Corbucci, Luigi Emmanuele, Sergio Leone y Duccio Tessari.

Fotografía: Antonio L. Ballesteros y Enzo Barboni (Scope).

Música: Angelo F. Lavagnino.

Director 2.^a unidad: Sergio Corbucci.

Coordinador artístico: Jorge Grau.

Intérpretes: Steve Reeves, Cristina Kaufmann, Fernando Rey, Ángel Aranda, Anne Marie Baumann, Guillermo Marín, Barbara Carroll, Mario Morales.

Color - 100 min. Género: Histórico.

Fecha de autorización: 29-II-1960. Distribuidora: DIPENFA-FILMAYER.

Estreno: Real Cinema (Madrid), 29-II-1960.

Espectadores: 188.

Recaudación: 111,81 euros (18.604 ptas.)

1960:

Los corsarios del Caribe

Título italiano: *Il conquistadore di Maracaibo*.

Producción: Época Films-PROCUSA (España)/Cineproduzioni Associate (Italia).

Director: Eugenio Martín.

Argumento y guión: Gianfranco Parolini y Giovanni Simonelli.

Fotografía: Francesco Izarelli (Scope).

Música: Miguel Asins Arbó.

Intérpretes: Hans von Borsody, Helga Liné, Luisella Boni, Carlos Casaravilla, Jane Clair, Luis Induni, Brigitte Corey, Carlo Tamberlani.

Color - 92 min. Género: Aventuras.

Fecha de autorización: 8-III-1961. Distribuidora: DIPENFA-FILMAYER.

Estreno: Rex (Madrid), 12-XI-1962.

Espectadores: 218.366.

Recaudación: 23.027,64 euros (3.831.810 ptas.).

1961:

El Coloso de Rodas

Título italiano: *Il Colosso di Rodi*.

Título francés: *Le Colosse de Rhodes*.

Producción: PROCUSA (España)/Cineproduzioni Associate (Italia)/CFPC Cinéma Français du Films-CTI Cinéma Télévision Internacional (Francia).

Productor ejecutivo: Michele Scaglione.

Director general de producción: Eduardo de la Fuente.

Director: Sergio Leone.

Argumento y guión: Ennio de Concini, Cesare Seccia, Aggeo Savioli, Carlo Gualtieri, Luciano Chitarrini, Luciano Martino, Sergio Leone y Duccio Tessari.

Fotografía: Antonio L. Ballesteros (Scope).

Director 2.^a unidad: Emilio Foriscot y Mariano Ruiz Capillas.

Música: Angelo F. Lavagnino.

Coreografía: Carla Rinaldi.

Decorados: Ramiro Gómez.

Montaje: Eraldo da Roma.

Ayudantes de dirección: Jorge Grau y Mahnahen Velasco, con la colaboración de Michele Lupo.

Intérpretes: Rory Calhoun, Lea Massari, Georges Marchal, Ángel Aranda, Conrado San Martín, Mabel Karr, Mimmo Palmara, Jorge Rigaud, Carlo Tamberlani, Roberto Camardiel, Yann Larvor, Félix Fernández, Ignacio Dolce, Fernando Calzado, Ángel Menéndez, José María Vilches, Giovanni Pazzafini, Antonio Casas, Alfio Caltabiano, Arturo Cabré, Rafael Hernández.

Color - 123 min. (Versión italiana: 110 min.). Género: Histórico. Aventuras. Drama.

Lugar de rodaje: Laredo (Santander).

Fecha de autorización: 25-V-1961. Distribuidora: DIPENFA-FILMAYER.

Estreno: Consulado (Madrid), 16-VI-1961; Montecarlo, Niza y Aristos (Barcelona), 2-X-1961. En Francia, 11-VIII-1961; en Italia, 25-VIII-1961.

Espectadores: 2.197.

Recaudación: 594,19 euros (98.865 ptas.).

Goliat contra los gigantes

Título italiano: *Goliath contro i giganti*.

Producción: PROCUSA (España)/Cineproduzioni Associate (Italia).

Director: Guido Malatesta.

Argumento: Cesare Seccia.

Guión: Gianfranco Parolini, Giovanni Simonelli, Sergio Sollima, Cesare Seccia y Arpad de Riso.

Fotografía: Alejandro Ulloa (Scope).

Música: Carlo Innocenzi.

Montaje: Mario Sansoni y Edmondo Lozzi.

Director 2.^a unidad: Jorge Grau.

Intérpretes: Brad Harris, Gloria Milland, Fernando Rey, Barbara Carroll, Carmen de Lirio, Fernando Sancho, Ray Martino, Luigi Martutano, Nello Pazzafini, Manuel

Arbó, Rufino Inglés, José Rubio, Lina Rosales, Ignacio Dolce, Gianfranco Gasparri, Francisco Bernal, Ángel Ortiz, Luis Marco, Ángel Aranda.
Color - 91 min. (Versión italiana: 95 min.). Género: Aventuras, mitológico.
Fecha de autorización: 13-VII-1962. Distribuidora: DIPENFA-FILMAYER.
Estreno: Gayarre, Rosales y Vox (Madrid), 25-XI-1963.

Un taxi para Tobrouk

Título francés: *Un taxi pour Tobrouk*.

Título alemán: *Taxi nach Tobrouk*.

Producción: PROCUSA (España)/Franco London Film-SNEG Société Nouvelle des Établissements Gaumont (Francia)/Continental Film (Alemania).

Director: Denys de la Patellière

Argumento: René Havard.

Guión: Michel Audiard, René Havard y Denys de la Patellière.

Fotografía: Marcel Grignon y Salvador Torres Garriga (Scope).

Música: Georges Carvarentz.

Intérpretes: Lino Ventura, Charles Arnavour, Hardu Krüger, Maurice Biraud, Germán Cobos, Fernando Sancho, Enrique Ávila, Carlos Mendy.

Blanco y negro - 89 min. Género: Bélico.

Fecha de autorización: 11-VIII-1961. Distribuidora: DIPENFA-FILMAYER.

Estreno: Carlos III y Roxy B (Madrid), 9-X-1961.

1962:

Canción de juventud

Producción: Época Films-PROCUSA (España).

Director: Luis Lucia.

Argumento: José María Palacio.

Guión: José María Palacio y Luis Lucia.

Fotografía: Antonio L. Ballesteros.

Música: Augusto Algueró.

Canciones: Augusto Algueró. Letra: Antonio Guijarro.

Intérpretes: Rocío Dúrcal, Julio Sanjuán, Carlos Estrada, Margot Cottens, María Fernanda d'Ocón, Conchita Goyanes, Helga Liné, Carmen de la Maza, Vicente Ros, José María Tasso, Francisco Bernal, Tomás Tormo, Julio Riscal.

Blanco y negro - 96 min. Género: Comedia musical.

Lugares de rodaje: Salou y Bará (Tarragona).

Fecha de autorización: 4-VI-1962. Distribuidora: MARIANO SANZ.

Estreno: Coliseum (Madrid), 8-VI-1962; Comedia (Barcelona), 25-VI-1962.

Espectadores: 20.759.

Recaudación: 5.391,62 euros (897.090 ptas.).

Hipnosis

Título italiano: *Ipnosi*.

Título alemán: *Nur tote Zeugen schweigen*.

Producción: PROCUSA (España)/Domiziana Internazionale Cinematografica (Italia)/International.

Germania Film (Alemania).

Director: Eugenio Martín.

Argumento y guión: Manuel Moreno Burgos y Eugenio Martín.

Fotografía: Francisco Sempere.

Música: Roman Vlad.

Intérpretes: Jean Sorel, Mara Cruz, Eleonora Rossi Drago, Goetz George, Heins Drachs, Massimo Serato, Guido Celano, Ana María Montaner.

Blanco y negro – 90 min. Género: Terror.

Fecha de autorización: 19-XI-1962. Distribuidora: MERCURIO FILMS.

Estreno: Avenida (Madrid), 20-V-1963.

Espectadores: 85.499.

Recaudación: 11.653,84 euros (1.939.036 ptas.).

Noche de verano

Título italiano: *Il peccato*.

Producción: PROCUSA (España)/Domiziana Internazionale Cinematografica (Italia).

Productores ejecutivos: Elías Querejeta, Antonio Eceiza y José María Otero.

Director: Jorge Grau.

Argumento: Jorge Grau y Eusebio Ferrer.

Guión: Jorge Grau, Eusebio Ferrer, Claudio Barbati y Fernando Morandi.

Fotografía: Aurelio G. Larraya.

Música: Antonio Pérez Olea.

Decorados: Vittorio Rossi.

Figurinista: Miguel Narros.

Ambientador: José María Grau.

Montaje: Emilio Rodríguez.

Ayudantes de dirección: Antonio Mercero y Fernando Morandi.

Intérpretes: Francisco Rabal, María Cuadra, Umberto Orsini, Marisa Solinas, Rosalba Neri, Gian Maria Volonté, Margarita Lozano, Lydia Alfonsi, Miguel Narros, Marco Guglielmi, Gemma Arquer, Pedro Gil, Roberto Martín, Rosa Mateu, Ángel Lombarte, Florencio Calpe, Joaquín Ferrer, Rogelio Galisteo, Francisca Ferrándiz, Manuel Saltor.

Blanco y negro - 101 min. Género: Drama.

Lugar de rodaje: Barcelona.

Fecha de autorización: 18-V-1963. Distribuidora: PARAMOUNT FILM DE ESPAÑA.

Estreno: Lope de Vega (Madrid), 3-VI-1963; Fantasio (Barcelona), 9-XII-1963.

Espectadores: 140.887.

Recaudación: 15.446,44 euros (2.570.071 ptas.).

Premios: Mención Especial del Jurado de la FIPRESCI (Semana de Valladolid 1963); Mención de Honor (Festival de Mar del Plata 1963); Mejor película de habla castellana (Premio OCIC).

158

Rocío de la Mancha

Producción: Época Films-PROCUSA (España).

Director: Luis Lucia.

Argumento: José Luis Colina.

Guión: José María Palacio, José Luis Colina y Luis Lucia.

Fotografía: Antonio L. Ballesteros.

Música: Augusto Algueró.

Intérpretes: Rocío Dúrcal, Carlos Estrada, Helga Liné, José María Caffarel, Carmen Lozano, Jesús Puente, Roberto Camardiel, Simón Andreu.

Color - 96 min. Género: Melodrama.

Fecha de autorización: 18-III-1963. Distribuidora: MARIANO SANZ.

Estreno: Lope de Vega (Madrid), 14-IV-1963.

Espectadores: 28.875.

Recaudación: 8.033,21 euros (1.336.614 ptas.).

1963:

Araña negra

Título alemán: *Das Geheimnis der schwarzen Witwe*.

Producción: PROCUSA (España)/International Germania Film (Alemania).

Director: Josef Franz Gottlieb.

Argumento y guión: Rolf y Alexandra Becker, José María Otero y José Luis Guarner.

Fotografía: Godofredo Pacheco y Rudolf Sandtner.

Música: Antonio Pérez Olea y Martin Bottcher (Scope).

Montaje: José Luis Matesanz.

Intérpretes: O. W. Fischer, Karin Dor, Antonio Casas, Werner Peters, Gabriel Llompart, Doris Kirchner, Klaus Kinski, José María Caffarell, Ángel Menéndez, Claude Farrell, Chris Huerta, Félix Dafauce.

Blanco y negro - 92 min. (Versión alemana: 110 min.). Género: Policíaco.

Fecha de autorización: 10-II-1964. Distribuidora: IZARO FILMS.

Estreno: Palacio de la Prensa y Roxi B (Madrid), 29-V-1964; Capitol (Barcelona), 8-III-1965.

Espectadores: 289.769

Recaudación: 32.035,99 euros (5.330.340 ptas.).

La chica del trébol

Título italiano: *La ragazza meravigliosa*.

Producción: Época Films-PROCUSA (España)/Mondial Cineproduzione (Italia).

Director: Eugenio Martín.

Argumento: basado, libremente, en *La Cenicienta*.

Guión: Antonio Vich.

Fotografía: Mario Pacheco.

Música: Antón García Abril (fondos musicales).

Canciones: Rafael de León, Antonio Guijarro y Antón García Abril (letras); Augusto Algueró, Fernando Moraleda y Antón García Abril (músicas).

Montaje: Antonio Gimeno.

Intérpretes: Rocío Dúrcal, Fabrizio Moroni, Margherita Girelli, Carlos Romero Marchent, Rafael Alonso, José Luis López Vázquez, Marisa Merlini, Ángel Ter, Belinda Corel.

Color - 100 min. Género: Comedia sentimental.

Fecha de autorización: 9-XI-1963. Distribuidora: MARIANO SANZ.

Estreno: Lope de Vega (Madrid), 11-V-1964.

Espectadores: 25.345.

Recaudación: 8.231,67 euros (1.369.635 ptas.).

El conde Sandorf (El gran rebelde)

Título francés: *Mathias Sandorf*.

Título italiano: *Il grande ribelle*.

Producción: PROCUSA-IMPALA (España)/SFC Société Française de Cinématographie (Francia)/Domiziana Internazionale Cinematografica (Italia).

Director: Georges Lampin.

Argumento: basado en la novela de Julio Verne.

Guión: Gérard Carlier, Charles Spaak, Juan Marxe y Georges Lampin.

Fotografía: Cecilio Paniagua (Scope).

Música: Joe Hajos.

Intérpretes: Louis Jourdan, Francisco Rabal, Serena Vergano, Antonio Casas, Paula Martel, Bernard Blier, Mary Renaud, Valeria Fabrizi, Carl Studer.

Color - 105 min.

Género: Aventuras.

Fecha de autorización: 14-VI-1963.

Distribuidora: UNIVERSAL FILM ESPAÑOLA.

Estreno: Capitol (Madrid), 4-XI-1963.

Espectadores: 460.640.

Recaudación: 40.753,89 euros (6.780.877 ptas.).

Se necesita chico

Título italiano: *Testa fra le nuvole*.

Producción: PROCUSA (España)/Domiziana Internazionale Cinematográfica (Italia).

Director: Antonio Mercero.

Argumento y guión: Antonio Mercero.

Fotografía: Enrique Torán.

Música: Antonio Pérez Olea.

Intérpretes: Javier Cebrián, Diana Perbellini, Pedro Solís, Marcela Valeri, Juan José Seoane.

Blanco y negro - 89 min. Género: Melodrama infantil.

Fecha de autorización: 14-X-1963. Distribuidora: DIPENSA-FILMAYER.

Estreno: Lope de Vega (Madrid), 14-X-1963.

Tiempo de violencia

Título italiano: *Tre per una rapina*.

Producción: PROCUSA (España)/Domiziana Internazionale Cinematográfica (Italia)/International Germania Film (Alemania).

Director: Gianni Bongioanni.

Argumento y guión: Gianni Bongioanni y José María Otero.

Fotografía: Piero Piccione.

Música: Antonio Pérez Olea.

Intérpretes: Barbara Steele, José Guardiola, Christian Doermer, George Herzig, Dino Mele, Félix Fernández, Natalia Silva.

Blanco y negro - 108 min. Género: Policíaco.

Fecha de autorización: 6-VII-1965. Distribuidora: NUEVA FILMS.

Estreno: 1-VIII-1966.

Espectadores: 312.967

Recaudación: 26.596,56 euros (4.425.295 ptas.).

1964:

Los cien caballeros

Título italiano: *I cento cavalieri*.

Título alemán: *Herrenpartie*.

Producción: PROCUSA (España)/Domiziana Internazionale Cinematográfica (Italia)/International Germania Film (Alemania).

Director: Vittorio Cottafavi.

Argumento: Vittorio Cottafavi, José María Otero y Giorgio Prosperi.

Guión: José María Otero, Giorgio Prosperi, Vittorio Cottafavi y Enrico Ribulsi, con la colaboración de José Luis Guarner.

Fotografía: Francisco Marín (Scope).

Música: Antonio Pérez Olea.

Montaje: Maurizio Lucidi.

Intérpretes: Mark Damon, Antonella Lualdi, Rafael Alonso, Manuel Gallardo, Wolfgang Preiss, Hans Nielsen, Barbara Frey, Gastone Moschin, Giorgio Ubaldi, Ángel Ortiz, Salvatore Furnari, Aldo Sanbrell, Ángel Ter, Rafael Hernández.

Color - 94 min. Género: Histórico.

Fecha de autorización: 27-IX-1965. Distribuidora: DIPENFA-FILMAYER.

Estreno: Barceló, Benlliure e Imperial (Madrid), 18-X-1965; Montecarlo (Barcelona), 23-V-1966.

Espectadores: 877.784.

Recaudación: 65.561,68 euros (10.908.546 ptas.).

Duelo en el Amazonas

Título alemán: *Die Goldene Göttin von Rio Beni*.

Titulo francés: *Les aventuriers de la jungle*.

Producción: PROCUSA (España)/International Germania Film (Alemania)/Comptoir Français du Film Production (Francia).

Director: Eugenio Martín.

Argumento: Gustav Kampendonk.

Guión: Eugenio Martín y Gabriel M. Burgos.

Fotografía: Manuel Hernández Sanjuán (Scope).

Música: George Garvarens.

Intérpretes: Pierre Brice, Emma Penella, René Deltgen, Guiliam Hills, Ángel Ortiz, Hans von Borsody.

Color - 83 min. Género: Aventuras.

Fecha de autorización: 30-I-1965. Distribuidora: DIPENFA-FILMAYER.

Estreno: 28-VI-1965.

Espectadores: 1.041.859.

Recaudación: 125.032,78 euros (20.803.704 ptas.).

El misterio de las naranjas azules

Título francés: *Tintin et les oranges bleues*.

Producción: PROCUSA-Rodas P. C. (España)/Alliance de Production Cinématographique (Francia).

Productores: André Barret y Robert Laffont.

Director: Philippe Condroyer.

Argumento: basado en los personajes creados por «Hergé».

Guión, adaptación y diálogos: André Barret, con la colaboración de Philippe Condroyer, Remo Forlani, René Goscinny y Antonio Giménez-Rico.

Consejero: Jacques Bergier.

Fotografía: Jean Badal.

Música: Antoine Duhamel.

Decorados: Pierre-Louis Thévenet.

Montaje: Madeleine Bibollet.

Intérpretes: Jean Bouise, Jean-Pierre Talbot, Félix Fernández, Jenny Orleans, Ángel Álvarez, Max Elloy, Franky François, André Marie, Pedro María Sánchez, Salvador Beguería, Pierre Desgraupes, Jesús Tordesillas, Barta Barri, Milou (perro).

Color - 74 min. Género: Aventuras, cómic.

Lugar de rodaje: Gandía, Játiva (Valencia).

Fecha de autorización: 27-VII-1965. Distribuidora: INTERPENINSULAR FILMS.

Estreno: Real Cinema, Torre de Madrid y Richmond (Madrid), 1-IV-1967; Niza (Barcelona), 10-IV-1966. En Francia, 18-XII-1964.

Espectadores: 464.389.

Recaudación: 37.647,20 euros (6.263.967 ptas.).

Tengo 17 años

Producción: Época Films-PROCUSA (España).

Director: José María Forqué.

Argumento y guión: Jaime de Armiñán, Enrique Llovet y José María Forqué.

Fotografía: Mario Pacheco.

Música: Adolfo Waitzman.

Intérpretes: Rocío Dúrcal, Roberto Font, Pedro Osinaga, Luz Márquez, Luis Peña, Rafael Guerrero, Luis Morris, Ricardo Ferrante.

Color - 102 min. Género: Comedia sentimental.

Fecha de autorización: 22-V-1964. Distribuidora: MARIANO SANZ.

Estreno: Rialto (Madrid), 4-VI-1964.

Espectadores: 13.965.

Recaudación: 3.707,24 euros (616.833 ptas.).

1965:

La ley del forastero

Título alemán: *Sie nannten ihn Gringo.*

Producción: PROCUSA-Hesperia Films (España)/International Germania Film (Alemania).

Director: Roy Rowland.

Argumento: Francisco González.

Guión: Francisco González, Clack Reynolds y G. Schmidt.

Fotografía: Manuel Merino (Scope).

Música: Heinz Gietz.

Montaje: Pablo G. del Amo.

Intérpretes: Daniel Martín, George Götz, Alexandra Stewart, Silvia Solar, Helmut Schmid, Hugo Pimentel, Sieghardt Rupp, Pietro Tord, Hilario Flores, Valentino Macchi, Julio César Sempere.

Color - 86 min. Género: Western.

Lugar de rodaje: Colmenar Viejo, Manzanares El Real (Madrid).

Fecha de autorización: 19-VII-1965. Distribuidora: DIPENFA-FILMAYER.

Estreno: Barceló y Benlliure (Madrid), 14-X-68; Capitol (Barcelona), 21-VI-1966.

Espectadores: 1.508.263.

Recaudación: 111.321,64 euros (18.522.362 ptas.).

La muerte se llama Myriam (El hombre de Toledo)

Título italiano: *L'uomo di Toledo*.

Producción: PROCUSA-Petruka Films (España)/Italcine TV (Italia).

Director: Eugenio Martín.

Argumento: Hugo Moretti.

Guión: Hugo Moretti y Eugenio Martín.

Fotografía: Franco Vila (Scope).

Música: Angelo F. Lavagnino.

Intérpretes: Stephen Forsyth, Ann Smyrner, Enrique Ávila, Ivan Desny, Elena María Tejeiro, Karl Mohner, Norma Bengel, José Calvo, Manolo Gómez Bur.

Color - 95 min. Género: Aventuras.

Fecha de autorización: 31-XII-1969. Distribuidora: CONSORCIO IBÉRICO DE CINEMATOGRAFÍA.

Estreno: 4-IX-1972.

Espectadores: 319.725.

Recaudación: 50.515,30 euros (8.405.039 ptas.).

El último mohicano (La venganza del mohicano)

Título alemán: *Der Letzte Mohikaner*.

Título italiano: *La valle delle ombre rosse*.

Producción: Balcázar P. C.-PROCUSA (España)/International Germania Film (Alemania)/Cineproduzione Associate (Italia).

Productor: Alfonso Balcázar.

Director: Harald Reinl.

Argumento: basado en la novela de Fenimore Cooper.

Guión: José Antonio de la Loma.

Fotografía: Ricardo Andreu y Ernest Kalinke (Scope).

Música: Peter Thomas.

Intérpretes: Daniel Martín, Karin Dor, Joachim Fuchsberger, Anthony Skeffen, Marie France, Ricardo Rodríguez, Estellio Candelli, Kar Lange.

Color - 90 min. Género: Histórico. Aventuras.

Fecha de autorización: 10-VII-1965. Distribuidora: BENGALA FILMS.

Estreno: 5-IX-1966.

Espectadores: 1.174.074.

Recaudación: 92.193,59 euros (15.339.723 ptas.).

BIBLIOGRAFÍA

Alegre, S. (1994), *El Cine cambia la Historia. Las imágenes de la División Azul*, Barcelona, PPU.

Borau, J. L. (ed.) (1998), *Diccionario del Cine Español*, Madrid, Alianza.

Caparrós Lera, J. M. (2000), *Cinema y vanguardismo. «Documentos Cinematográficos» y Cine-Club Monterols (1951-1966)*, Barcelona, Flor del Viento.

España, R. de (1998), *El Peplum. La Antigüedad en el cine*, Barcelona, Glénat.

García Fernández, E. C. (coord.), *Memoria viva del cine español. Cuadernos de la Academia*, n.º 3 (junio 1998).

Lázaro, F., «Visión económica de la producción cinematográfica nacional», en *Documentos Cinematográficos*, n.º 1 (mayo 1960), pp. 5-20.

— «La coproducción: fórmula económica de la industria cinematográfica», en *Documentos Cinematográficos*, núm. 5 (octubre 1960), pp. 21-40.

Romaguera Ramió, J. (coord.) (1969), *Enciclopedia ilustrada del cine*, Barcelona, Labor, vol. I.

Colonial AJE (1944-1950): de albas misiones y aguas oscuras. Pasiones y vaivenes de una productora cinematográfica española

GUIDO CORTELL HUOT-SORDOT
Universidad Carlos III de Madrid

Para aquellos que, desde hace años y desde diferentes foros, han mostrado su inquina hacia la mayoría de los modelos de producción que han regido el cine español desde la postguerra, encontrarán en Colonial AJE una empresa paradigmática. Críticas que pueden resumirse en: exceso de oportunismo; poco riesgo creativo; nula capacidad para traspasar fronteras; falta de rigor en los objetivos y, sobre todo, el carácter eventual de su existencia. Acusando a dichas estrategias de desnutralizar el cuerpo de la eternamente virtual industria cinematográfica española. Pero lo cierto es que como todo lo que conlleva generalizar suele llevar parejo un determinado grado de injusticia, procederemos en las siguientes líneas a adentrarnos en las vicisitudes de esta pequeña sociedad para comprender tanto lo que la pudo distinguir como lo que la convirtió en un ejemplo más del irregular paisaje de la producción española. Porque cierto es que, como veremos, sacó provecho de los beneficios de la política del Estado; se ciñó a los códigos que limitaban las temáticas; sufrió las consecuencias mercantiles derivadas de estas normas restrictivas, y finalmente, tras sólo producir tres largometrajes y un cortometraje, desapareció. Pero siempre con unas metas bien claras, fruto, quizás en demasía, de algo tan poco científico y controlable como es la pasión.

SEMILLA NEGRA

Al finalizar la Guerra Civil española, los estragos de la guerra fratricida se hacían sentir en el campo de la cinematografía. Era muy complicado conseguir película virgen,

la cual estaba racionada por la Subcomisión Reguladora de Cinematografía, órgano dependiente del Ministerio de Industria y Comercio. Muchos estudios habían sufrido daños materiales y apenas un reducido grupo de empresas productoras seguían en funcionamiento. Tras unas primeras y tímidas medidas de apoyo, el gobierno de Franco decidió en 1941 establecer una legislación que fomentara y protegiera al cine español. Especialmente relevante resultó la Orden de 11 de noviembre de 1941 del Ministerio de Industria y Comercio permitiendo al Sindicato Nacional del Espectáculo conceder créditos y premios a los productores de películas. A su vez, la Subcomisión Reguladora de Cinematografía estableció que las casas productoras fueran las únicas con potestad para importar películas extranjeras. Se conformó así un paisaje muy atractivo para empresarios incipientes:

A partir de 1941 la producción de películas cinematográficas en España se amplía en unas proporciones insospechadas [...] gracias a las protecciones que el Estado le dispensa en forma de premios a los argumentos y a las películas, anticipos de producción y la concesión de premios de importación de films extranjeros [...] es decir, que produciendo una cinta, acogién-dose a todos los beneficios, hay en muchos casos un superávit a su favor antes de que la misma salga al mercado (Cabero, 1949: 458).

Y atraídos por este cuadro es donde se enmarcaron nuestros protagonistas. El primero de ellos, un asturiano, que en 1943 estaba próximo a cumplir cuarenta años, con pasado emigrante de ultramar y experiencia como futbolista, llamado Jesús Rubiera González. Tras varios años ligado al mundo del comercio por sus labores como jefe de ventas en La Zarracina y en la Compañía del Golfo de Guinea (Cegui), Rubiera ambicionaba ser empresario y el campo de la cinematografía le resultaba seductor. Desde antes de la guerra civil, por su amistad con miembros de la alta sociedad asturiana, se había codeado con artistas de teatro y cine de Madrid, rodeándose de un mundo de *glamour* que le fascinaba. Además, los viajes que cada año realizaba por motivos laborales a la isla de Fernando Poo, y que habían despertado en él una gran atracción por el territorio africano, le habían sugerido una historia. Un drama religioso, ambientado en Guinea, originado por las pulsiones que desata una joven africana y resuelto gracias a los lazos paternofiliales de los dos protagonistas masculinos. Rubiera tomó la decisión de convertirla en una película, *Misión blanca*, asumiendo la producción.

Algunas voces especializadas señalan que la aparición de películas de temática religiosa fue condicionada por el gradual trasvase de poder de personalidades relacionadas con la Falange por políticos próximos a los valores católicos. E incluyen en la lista a *Misión Blanca*.

... la Delegación Nacional de Cinematografía y Teatro, inicialmente encabezada por Carlos Fernández Cuenca, parece suponer el momento más alto de la influencia falangista, pero señala a la postre el desvaimiento de sus principios y el inicio de una pérdida de poder que se

consumará [...] con la creación en 1946 de la Junta Superior de Orientación Cinematográfica, dependiente de los sectores católicos del Ministerio de Educación Nacional... (Castro de Paz-Cerdán, 2005: 34).

Tal argumentación es discutible de aplicar a esta película. La Junta Superior de Ordenación Cinematográfica se refundió de otros dos organismos, la Junta Superior de Censura Cinematográfica y la Comisión Nacional de Censura Cinematográfica, de forma oficial el 28 de junio de 1946, y la primera copia del argumento del film –con todos sus contenidos eclesiásticos– fue editada en enero de 1944 –por no hablar que fue rodada durante el segundo semestre de 1945 y su estreno tuvo lugar en marzo de 1946–. Es decir, todo ello mucho antes de la conformación de la nueva Junta.

Pero retomemos a Rubiera, quien propuso sumarse al negocio a dos de sus compañeros, a su vez apoderados de Cegui. El primero de ellos, Eladio Alonso, tenía entonces veintitrés años y era jefe de contabilidad. Además de ser compañeros de trabajo, les unía la amistad forjada durante un episodio propio de la postguerra¹. La terna la completó Antonio de Miguel, catedrático que había ejercido la docencia en Estados Unidos, que contaba con una experiencia breve –una sola película– en tareas de producción en el mundo del cine. Rubiera les sedujo con el argumento de poder aprovechar sus buenos contactos en la colonia española para obtener ayudas.

Se constituyeron sin darse de alta como empresa, sino como sociedad privada. Esto les permitía asumir costes tributarios menos elevados, con vistas a sortear posibles conflictos futuros si los resultados no les resultaban convincentes y deseaban finalizar con el negocio. La inscripción se realizó el mes de octubre de 1944 bajo la denominación Colonial AJE, con domicilio social en la plaza de los Mostenses, 7, 5.º B, de Madrid. El nombre lo conformaban el término «Colonial», por su vinculación con Guinea, y el acrónimo compuesto por las iniciales de los nombres de pila de los tres socios, Antonio, Jesús y Eladio.

El primer proyecto de la recién nacida productora recibió el título original de *Souka (Alma de Guinea)*: el nombre de la joven africana protagonista del argumento. Y no de África se trajo Eladio Alonso a la intérprete del personaje, sino de las calles de Barcelona. Al contratar a un coste muy bajo a una desconocida carente de experiencia como actriz, pero con un talento innato, los tres asociados dieron muestras de que su olfato empezaba a centrarse en el mundo del celuloide y sus particulares reglas comerciales. La joven, bautizada con el nombre artístico de Elva de Bethancourt², se unió

¹ En su afán por establecer relaciones de peso, Rubiera había regalado a un importante militar un sable obtenido de estraperlo y que resultó ser de origen conflictivo. Al no poder explicar su procedencia, fue recluido en prisión hasta que las influencias de Alonso le devolvieron la libertad.

² Elva de Betancourt apenas si rodó unas cuantas películas más, siempre haciendo papeles secundarios y siendo las más destacadas *La danza de los deseos* (1954), dirigida por Florián Rey; *Las últimas banderas* (1957), dirigida por Luis Marquina, y *Los económicamente débiles* (1960), dirigida por Pedro Lazaga.

a un *casting* formado por actores solventes y reconocidos: Julio Peña, Manuel Luna, Fernando Rey, en uno de sus primeros papeles, y Jorge Mistral.

El primer director elegido fue Carlos Fernández Cuenca³, en el que hubiera sido su cuarto largometraje; pero el acuerdo no llegó a buen puerto y se firmó a Juan de Orduña, que empezaba a cosechar prestigio, para realizarlo. Él fue quien propuso titular el film *Misión blanca*.

El camino de la producción se allanó al contar con el respaldo del director general de Marruecos y Colonias, Juan Fontán y Labe. Se reducía así el riesgo empresarial al proponer a las autoridades competentes, y al público, una narración que aunaba exotismo con exaltación religiosa y patriótica. Era exactamente el mensaje, propugnado por el mismísimo Jefe de Estado, Francisco Franco, que se antojaba perfecto para transmitir por los canales de ocio de la postguerra.

La financiación de la película –modelo que se mantuvo en las tres películas de Colonial AJE– se realizaba por tres vías:

- a) El dinero aportado por los tres miembros,
 - b) Una cantidad equivalente obtenida de los adelantos de distribución,
 - c) Una tercera parte, hipotética, fruto de la protección estatal.
- a) El origen de las inversiones logradas devenía de su pertenencia a Cegui. Muchos apoderados de la empresa lo eran a su vez de bancos; así que se basaron en un simple fundamento del flujo económico: el dinero llama al dinero. Rubiera, además, explotaba otros dos modelos de contactos: los préstamos de amigos directos y las muestras de ayuda entre paisanos asturianos.
 - b) La distribución de *Misión blanca* corrió a cargo de los propios estudios donde se rodó; los Estudios CEA (Cinematografía Española Americana, S. A.). La empresa, constituida en 1932, consiguió reconstruirse tras el conflicto civil, regenerándose poco a poco en la postguerra:

... en febrero de 1944 el capital social se vuelve a aumentar de nuevo en 10 millones más [...] todos estos detalles inciden en lo ya apuntado: el alto nivel técnico que conseguirán los estudios CEA y su equipo [...] en 1945 las películas hechas en la casa aumentarán a diez... (Tranche, 2001: 147-148).

Y dentro de esta decena, por supuesto, estaba incluida la producción de *Misión blanca*. El acuerdo de distribución no tuvo mayores imponderables dado que la principal financiación del capital de CEA provenía del Banco Pastor, algunos de

³ Carlos Fernández Cuenca (Madrid, 8 de mayo de 1904-Madrid, 26 de noviembre de 1977) fue guionista, director, escritor, historiador, crítico, jefe del Departamento Nacional de Cinematografía, jefe nacional del Cine del SEU, profesor de Historia del Cine en el Instituto de Investigaciones y Experiencias Cinematográficas (IIEC) y el primer director de la Filmoteca Española.

cuyos apoderados tenían contactos con Cegui y, por consiguiente, mantenían relaciones comerciales con los tres socios de Colonial AJE.

Estos adelantos incluían los gastos de promoción y publicidad. Algo sobradamente conocido por el interesado en cuestiones de economía cinematográfica, pero que era ignorado por estos neófitos productores. De hecho, todo lo relacionado con el mundo del cine lo irían aprendiendo a medida que avanzaban en todo el proceso de producción.

- c) Con su primera película, Colonial AJE se vio muy beneficiada en este apartado: Obtuvo uno de los veintiocho créditos –cuya suma total ascendió a 8.752.190 pesetas– concedidos, sobre 32 producciones realizadas, por el Sindicato Nacional del Espectáculo durante el año 1945, siendo la cantidad que le correspondió de 400.000 ptas.

Le fue concedido uno de los seis premios del periodo 1945-1946 –cuyo total ascendía a 1.920.000 ptas.– otorgados por el Sindicato Nacional del Espectáculo, siendo la cantidad que le correspondió de 250.000 ptas.

A efectos de importación también se le concedió la Primera Categoría por la Comisión Clasificadora del Ministerio de Industria y Comercio, por lo que se le adjudicaron cuatro permisos de importación que Colonial AJE cedió –es decir, vendió–, dos de ellos a Lais S. A. Cinematográfica y los otros dos a CEA.

Fue una de las siete películas declaradas de Interés Nacional de 1946 por parte de la Delegación Nacional de Propaganda. Ello conllevaba ser estrenada en la época más conveniente de la temporada cinematográfica, tener prioridad en los reestrenos y obligatoriedad para la sala de mantenerla en cartel mientras llenase el 50% del aforo.

Colonial AJE inició su andadura apoyándose en una política de protección que aunque fomentaba la producción cinematográfica, al ser analizada con la perspectiva que da el tiempo, ha recibido todo tipo de críticas.

La arbitrariedad de la Comisión y las lagunas existentes en la normativa van a permitir que los productores españoles puedan tener un objetivo muy claro en los tres frentes: obtener el mayor número de permisos –por lo que plantearán sus films de forma que agraden a la Comisión–, inflar los presupuestos –pues éstos constituían uno de los elementos más destacados para la valoración de la Comisión– y negociar con las licencias de importación –dada la cotización del film extranjero–. Con ello se introduce en nuestra industria un factor que deforma la realidad y permite todo tipo de fraude y especulación (García Fernández, 1990: 292).

La Comisión y Junta Superior de Censura dependiente del Departamento del Servicio Nacional de Propaganda concedió el permiso de rodaje en abril de 1945. Éste se inició el 1 de junio de 1945 y finalizó el 1 de febrero de 1946. Esto implica la friolera de ocho meses, es decir, treinta y cinco semanas de rodaje. Es factible que por

bisoñez los productores incluyeran en el apartado referido las fechas sumadas de rodaje y postproducción, ya que la autorización de proyección fue emitida el día 11 de febrero de 1946, y hemos de tener en cuenta que el promedio de tiempo entre solicitud y resolución solía llevar más de una semana. El film contó con un presupuesto de 2.250.000 ptas., cuando el coste medio de una película de aquel año era de 1.600.000 ptas. Una gran inversión para un primer largometraje. Es decir, como rezaban los carteles en su estreno, se trataba de una superproducción para la modesta industria fílmica española de aquel año. Colonial AJE, con nula experiencia en materia cinematográfica, había decidido embarcarse en el negocio por la puerta grande. *Misión Blanca* se estrenó el 28 de marzo de 1946 en el cine Avenida de Madrid, con la obligada asistencia de altas personalidades. Obtuvo un gran apoyo de la prensa, con los triunfalismos e hipérboles propios con los que se catalogaba al cine de la época, y obtuvo un gran rendimiento de taquilla.

DEFECTO DE AFINACIÓN

Los resultados obtenidos por su primera incursión en el negocio del cine resultaron sorprendentemente positivos para los propios socios de la joven compañía. Y de hecho, una mala combinación de ebriedad de éxito y exceso de confianza desembocarían en una serie de decisiones y acciones precipitadas.

El más interesado en conseguir avanzar algún peldaño en el negocio del cine era Jesús Rubiera. Sus dos socios bajo ningún caso querían descuidar sus deberes para con Cegui. Pero lo cierto es que todos compartían la sensación de tener que aprovechar el tirón obtenido por *Misión blanca*. Sobre todo de cara a los posibles inversores.

Al mismo tiempo, influencias externas empezaron a hacer presión para que iniciaran una nueva producción. Empezaron a constatar que el lado positivo de contar con buenos inversores⁴ y obtener beneficios también conllevaba tener que asumir sus exigencias.

A sus manos llegó un guión con el título de *Serenata Española*, obra de Eduardo y Luis Marquina. Se trataba de un melodrama que recreaba un episodio amoroso de la juventud del compositor Isaac Albéniz.

Aceptar una idea que provenía del exterior les daba una imagen de mayor madurez ante el resto de inversores. Podían demostrar que tenían competencia para afrontar cualquier reto y no limitarse a ser un grupo de empresarios que sólo pretendieran llevar a cabo proyectos personales.

⁴ El accionariado participante en Colonial AJE, cuyo domicilio social se trasladaría a la calle de Alberto Bosch, número 10, de Madrid, en el año 1946 estaba formado, aparte de Rubiera, De Miguel y Alonso, por, entre otros: Banco Hispano Americano, Banco Herrero, Banco Exterior de España, Hijos de Olimpio Pérez, la duquesa de Almenara Alta, el general Valdés Cavanilles y el conde del Real Agrado.

El contenido seguía siendo potencialmente favorable de cara a la obtención de una buena protección estatal. Sin embargo, las primeras discrepancias surgieron entre los tres asociados. No todos veían igual de interesante el proyecto, pero no podían desperdiciar el colchón de aire que había supuesto el éxito de *Misión blanca* y que iría desinflándose si se retrasaban en exceso.

Y entonces el azar puso en el camino de Colonial AJE la posibilidad de convertirse en una gran productora. Si algo tenían claro los tres socios era que el director de su siguiente película seguiría siendo Juan de Orduña. Éste les presentó un guión escrito por Carlos Blanco, basado en una obra de Manuel Tamayo y Baus, titulado *Locura de amor*. Los tres consejeros delegados de Colonial AJE leyeron el guión y se sintieron muy interesados. Pero encontraban que una historia que contenía tantas escenas de batalla necesitaba de un presupuesto imposible para cualquier productora española. Tuvieron que desestimar producirla, argumentando que sólo una importante empresa norteamericana podría acometer un presupuesto semejante⁵. Dicho de otro modo: entre *Locura de amor* y *Serenata española* eligieron producir esta última.

El planteamiento al que recurrieron para organizar la producción fue muy elemental y, en principio, lógico. Si el equipo técnico y artístico había resultado tan fructífero en una ocasión, nada hacía presagiar que no pudiera repetirse tan afortunada experiencia. A Juan de Orduña se unieron el elenco de actores formado por Julio Peña, Jesús Tordesillas, Manuel Luna, el niño de nueve años Carlos Larrañaga y, en su primera y fugaz aparición en la pantalla grande, Carmen Sevilla.

El film obtuvo uno de los 36 créditos –cuya suma total ascendió a 15.914.781 ptas.– concedidos, sobre 38 producciones realizadas, durante el año 1946, siendo la cantidad que le correspondió de 615.600 ptas.

A efectos de importación le fue concedida la Primera Categoría, por lo que se le adjudicaron cuatro permisos de importación, que se convirtieron en tantos permisos de doblaje, al alcanzar la clasificación de Categoría Primera A y que Colonial AJE vendió: dos de ellos a Lais S. A. Cinematográfica, otro a Exclusivas Floralva y el cuarto a CEA. Solicitaron el permiso de rodaje el 9 de julio de 1946, siéndoles concedido el 19 de julio de 1946. El rodaje se inició el 21 de septiembre de 1946 y finalizó el 2 de febrero de 1947 sumando un total de diecinueve semanas de rodaje. El presupuesto del film al solicitar el permiso de rodaje era de 3.130.000 ptas., pero una vez finalizado ascendió a 3.369.420. Un salto de inversión muy superior al realizado en *Misión blanca*. Una vez más se manejaban en cifras equivalentes a una superproducción para la industria filmica española, volviendo a producir una de las películas más caras de

⁵ Orduña y Blanco se dirigirían a la única productora que cumplía unos requisitos similares a los que les habían aconsejado, CIFESA. *Locura de amor*, rodada finalmente en 1948, sería uno de los mayores éxitos de toda la historia del cine español, alcanzando las cotas de fenómeno social y consiguiendo todos los premios y protecciones estatales imaginables.

aquel año. La autorización de proyección fue emitida por la Junta Superior de Orientación Cinematográfica de la rama Dirección General de Cinematografía y Teatro, dependiente de la Subsecretaría de Educación Popular del Ministerio de Educación Popular el día 8 de abril 1947.

Serenata española se estrenó el 12 de mayo de 1947 en el cine Avenida de Madrid. La recepción por parte de la crítica no fue precisamente entusiasta y tampoco la taquilla fue mucho más benévola. El público no parecía estar muy interesado en otro melodrama folletinesco por mucho que tratase sobre una figura histórica del peso de Albéniz.

De todos modos, la película estaba amortizada gracias a la protección estatal recibida e incluso obtuvieron unos reducidos beneficios.

AGUAS REVUELTAS

La experiencia de *Serenata española* produjo diferentes conclusiones entre los consejeros de Colonial AJE. Mientras Eladio Alonso no encontraba un equilibrio entre el trabajo y los sacrificios que exigía el negocio del cine y el tiempo y las obligaciones que debía tener con Cegui, Jesús Rubiera prefería enfocarlo como un ligero tropiezo tan natural como el éxito obtenido con la primera película. Tenía en mente un nuevo proyecto muy personal: una película que ensalzara los valores del pueblo asturiano. Era la adaptación cinematográfica de la novela *La aldea perdida* de Armando Palacio Valdés⁶, la cual se desarrolla durante la primera industrialización por tierras asturianas. Es decir, un drama rural ambientado en el mundo de la minería y con marcado acento ecologista.

Nuevamente las prisas harán acto de presencia. Aunque en esta ocasión algo más justificadas para los productores que para el resultado final, ya que la ligera decepción que había supuesto *Serenata española* amenazaba las posibilidades de inversión y de ayudas gubernamentales. Rubiera encargó una primera adaptación a Manuel Tamayo Castro, e insatisfecho con el resultado decidió contratar a Carlos Blanco.

Antes de que se incorporara Blanco ya se había procedido a elegir al director. Siguiendo con su política de contratación eligió al más reputado en ese momento; José Luis Sáenz de Heredia.

Carlos Blanco, al reunirse con Sáenz de Heredia, descubrió que no sólo él, sino tampoco el director habían firmado contrato alguno. De hecho el cineasta ni siquiera

⁶ Armando Francisco Bonifacio Palacios Rodríguez (Armando Palacios Valdés) (Entralgo, 1856-Madrid, 1938). Autor, entre otras novelas, de *El señorito Octavio* (1881), *La hermana San Sulpicio* (1889) y *La aldea perdida* (1903). En 1906 ocupó un sillón en la Real Academia de la Lengua y fue propuesto en 1926 para el Nobel de Literatura.

conocía en persona a Jesús Rubiera, lo que le causaba ciertos recelos, que Blanco intentó disipar compartiendo con él la confianza que el productor le despertaba. Ello habla a las claras tanto del peculiar estilo con que se manejaban en Colonial AJE como de la personalidad, convincente y campechana, de Rubiera.

El *casting* pretendía ser de relumbrón y por primera vez contrataron a una estrella de otro país, concretamente del cine mexicano, Charito Granados. Del resto del equipo artístico destacaban Adriano Rimoldi, José María Lado, Tomás Blanco, Mary Delgado, Antonio Riquelme y Raúl Cancio.

También el equipo técnico era de relumbrón para la época. Lo que obligó a subsanar conflictos de presupuesto al tener que sustituir a algunos de tan solicitados profesionales a medida que avanzaba la producción. Si legendarias son las anécdotas respecto a la imaginación que debían echarle guionistas y productores para sortear la censura, no se quedan atrás las piruetas de los productores para cerrar los presupuestos de forma acorde a lo que el Sindicato Nacional del Espectáculo les exigía.

Los imponderables de producción eran mínimos. Salvo unos pequeños inconvenientes climáticos durante el rodaje en Asturias, que obligaron a reconstruir la aldea en un parque al lado del aeropuerto, todo se desarrolló normalmente. Sorprendentemente, la prensa especializada hacía mención semana tras semana de supuestos problemas y retrasos. En un artículo publicado en el número del 25 de enero de 1947, de la revista *Primer Plano*, revista oficial del Sindicato Nacional del Espectáculo, titulado *Resumen del cine español en el año 1947. Más de 81 millones de pesetas se han invertido en las 42 películas producidas este año*, informaban de todas ellas adjuntando su presupuesto, el crédito sindical que se les había concedido y el nombre de la productora.

De *Las aguas bajan negras* se decía estar presupuestada aproximadamente en 3.000.000 de pesetas. Ello la convertía en la cuarta producción más cara, *a priori*, de ese curso, superada por los 4.000.000 de ptas. de *Locura de amor* dirigida por Juan de Orduña y producida por CIFESA y *Don Juan de Serrallonga* con el director Ricardo Gascón y producida por Pecsá Films y a años luz de 4.761.571 millones del *Don Quijote de la Mancha* dirigido por Rafael Gil y producida por CIFESA.

En el comentario sobre datos finales veremos que el presupuesto de la película de Colonial AJE se disparó sobremanera respecto al presentado inicialmente, convirtiéndola finalmente en una obra tan cara como la de Orduña.

Obtuvo uno de los 43 créditos –cuya suma total ascendió a 26.911.523 ptas.– concedidos, sobre 49 producciones realizadas durante el año 1947, siendo la cantidad que le correspondió de 1.200.000 ptas.

Le fue concedido uno de los siete premios del año 1948 –cuyo total ascendía a 2.635.000 ptas.–, siendo la cantidad que le correspondió de 300.000 ptas.

A efectos de importación le fue concedida la Primera Categoría, por lo que se le adjudicaron cuatro permisos de importación, que se convirtieron en tantos permisos de doblaje al alcanzar la clasificación de Categoría Primera A.

A efectos de permisos de doblaje se la clasificó de Categoría Primera A, por lo que se le adjudicaron cuatro permisos de importación, de los cuales Colonial AJE cedió tres a otras empresas y utilizó uno.

Se les concedió el permiso de rodaje el 5 de mayo de 1947. El mismo se inició el 15 de septiembre de 1947 y finalizó el 16 de marzo de 1948 sumando un total de veintiséis semanas de rodaje. El presupuesto del film al solicitar el permiso de rodaje era de 2.900.000 ptas., pero una vez finalizado ascendió a 4.007.756. El presupuesto más elevado de Colonial AJE con diferencia. Por tercera vez realizaban una inversión propia de una superproducción para la industria fílmica española, convirtiéndose en una de las cuatro películas más caras de aquel año. La autorización de proyección fue emitida el día 10 de junio de 1948.

Las aguas bajan negras se estrenó el 29 de octubre de 1948 en el cine Avenida de Madrid. Las críticas fueron buenas, y Colonial AJE volvió a recibir los parabienes de la prensa. Sin embargo, el público no respondió como necesitaba una película tan cara. Se mantuvo cuatro semanas en cartel, lo que no fue suficiente tiempo de explotación. Paradójicamente se convertiría en una película que daría mucho más dinero con el tiempo, con sus sucesivos reestrenos.

Colonial AJE se encontró en una encrucijada tras realizar esta producción. Algo se removía en el número 10 de la calle de Alberto Bosch, de Madrid, y no iba a ser para bien de la sociedad.

PROYECTOS Y DEFUNCIÓN

En un último intento de salvar la productora, y tras engendrar un cortometraje titulado *De sol a sol* (1948), Rubiera preparó hasta tres proyectos. El primero consistía en coproducir con Italia un largometraje dirigido por Mario Mattoli e interpretado por la actriz de origen brasileño Irasema Dilián⁷, pero no prosperó.

El segundo fue iniciarse en el campo de la distribución con el film de Emilio «El Indio» Fernández *La Malquerida* (1949) y de un cortometraje titulado *Sinfonía de Madrid*, que se exhibiría como complemento. El problema no fue tanto el fracaso de esta aventura como que Rubiera había tomado esta decisión sin consultar a sus dos asociados, lo que provocó mayores tensiones en la empresa.

El tercer proyecto fue el más ambicioso. Llevar adelante una superproducción titulada *María Coronel*. En ella se relataban los desvelos de Pedro I de Castilla por inten-

⁷ Irasema Dilián había desarrollado su carrera en el cine italiano, que había interpretado dos films en España, *Un drama nuevo* (1946), dirigido por Juan de Orduña, y *Cuando llegue la noche* (1946), dirigido por Jerónimo Mihura, y que posteriormente haría carrera en México, siendo su trabajo más conocido el que realizó a las órdenes de Luis Buñuel en *Abismos de pasión* (1954).

tar seducir a una mujer casada que al intentar huir de la lujuria del rey se interna en un convento. Pero lo excesivo de su presupuesto y el contenido erótico de la historia impidieron que se llegara a realizar.

Sin embargo, algo mucho más trágico tuvo lugar mientras se gestaban estos proyectos frustrados. Antonio de Miguel contraía un cáncer, a causa del cual fallecería en poco tiempo. Este acontecimiento supuso el descabello definitivo para la productora. Eladio Alonso tenía la sensación de que el mundo del cine estaba absorbiendo demasiado de su tiempo cuando tenía otros intereses prioritarios. Quería centrarse cien por cien en Cegui y así se lo hizo saber a Rubiera. De este modo, Colonial AJE desapareció, pero no los intereses de Rubiera en el mundo del cine, que renacerían poco tiempo después producto de su apasionamiento por el medio. Había recorrido un camino, en consorcio con sus dos compañeros, con fortuna irregular, pero que desde luego le dejaba muchas enseñanzas que explotaría en solitario y de forma exitosa.

Finalizaba la existencia de una productora que había intentado aunar proyectos personales con otros más ajenos, siempre bajo el prisma de la dirección que trazaba el gobierno de Franco, sin que ello fuera garantía de éxito, pero siempre con la mayor de las ambiciones. Y así lo manifestaban Jesús Rubiera y Eladio Alonso en la carta remitida al director general de Cinematografía y Teatro a fecha de 22 de julio de 1948 para solicitar una revisión de la clasificación de *Las aguas bajan negras*: «... Desde que se constituyó esta entidad productora, fue norma y guía de la misma lograr películas de las máximas cualidades raciales, tratar temas de sentimientos y costumbres que fuesen en armonía con nuestra forma de ser y sentir de españoles; lograr obras cinematográficas que pudiesen trasponer nuestras fronteras con la mayor dignidad y a la altura de otras cintas extranjeras...».

BIBLIOGRAFÍA

- Cabero, J. A. (1949), *Historia de la cinematografía española*, Madrid, Gráficas Cinema.
- Castro de Paz, J. L., y Cerdán, J. (coord.) (2005), *Suevia Films-Cesáreo González: treinta años de cine español*, Xunta de Galicia.
- García Fernández, E. C. (1990), «Aproximación a la obra de Cesáreo González, productor cinematográfico», en VV. AA., *Hora actual del cine de las autonomías del Estado Español. II Encuentro de AEHC*, San Sebastián, Filmoteca Vasca.
- Tranche, R. R. (2001), *CEA: los intereses creados*, en VV. AA., *Los estudios cinematográficos españoles. Cuadernos de la Academia*, n.º 10, Madrid, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.

La construcción del lenguaje del franquismo: el creador anónimo (1945-1955)

LUIS DELTELL ESCOLAR
Universidad Complutense de Madrid

177

INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

Emilio C. García Fernández y otros autores han criticado en más de una ocasión la construcción de la Historia del cine español basándose sólo en el estudio de los directores o de las obras intelectualmente más destacadas. Es indudable que el gran armazón de nuestra cultura cinematográfica parece construido únicamente desde el cimiento de los cineastas autores y aún más preciso desde los creadores de tendencia e ideología social o *disidente*. Esta visión del arte lleva a un conocimiento sesgado y parcial que oculta la realidad.

En este tipo de análisis sesgado el director se transforma no sólo en el autor de la película, sino en el responsable de su estética. En cierto modo, al leer estos trabajos tenemos la impresión de que la evolución del cine en España es el empeño de tan sólo una docena de realizadores más o menos destacados. Estos hombres son los que han construido y elaborado el cine español según su criterio y han generado estilos, corrientes, temas y géneros. Sin embargo, esto es rotundamente falso.

Si bien es cierto que el director de cine es la pieza fundamental de la creación fílmica y su encabezamiento nadie discute, no se puede aceptar que los géneros cinematográficos, los estilos y las corrientes procedan de los creadores estrella o de sus propios gustos. Todo lo contrario, las herramientas básicas del lenguaje cinematográfico, como el uso de una determinada estética, la planificación académica y la invención y

utilización de los géneros, o, en el caso de España, ciclos temáticos, es una actividad ordenada desde la producción.

Los estudios de Rick Altman (2000) y David Bordwell (1997) han demostrado hasta qué punto el lenguaje cinematográfico no es un artificio de unos pocos creadores, sino la construcción meticulosa de toda una industria y un complejísimo sistema de producción.

178

Esta comunicación pretende mostrar cómo las tres productoras más grandes de la postguerra española (Cifesa, Suevia y Aspa) fueron responsables en gran medida de la construcción del lenguaje clásico español porque escogieron unos temas (que se transformaría en géneros o ciclos), una estética propia para cada modelo (que incluía una iluminación y unos decorados similares) y un determinado uso del ritmo y la planificación.

La importancia de estas tres productoras y su impacto en el cine español son, sin duda, reconocidos por todos los historiadores. Cada día aparecen más libros y trabajos interesantes sobre cómo operaban, elaboraban sus películas o reorganizaban sus sistemas de producción y distribución. No se trata, por tanto, de empresas desconocidas¹.

Esta comunicación intentará mostrar cómo los criterios de producción no se regían sólo con pensamientos políticos oficiales o por el rendimiento económico, sino por cuestiones estéticas. Como se verá, las tres productoras demostraron no ser siempre queridas por las instituciones y no fueron defendidas ni ayudadas en sus momentos de crisis (aún más, Cifesa tuvo que abandonar la producción propia en la temprana fecha de 1951).

Además, si bien las similitudes son interesantes entre las tres empresas, aún más lo son sus diferencias. Los métodos de trabajo y la forma tan distinta de llevar la producción de cada una de estas productoras nos hace entender con claridad cómo utilizaron y entendieron el lenguaje cinematográfico y las posibilidades expresivas del mismo. Todo ello nos llevará a defender la tesis del artículo: el productor español de cine fue uno de los elementos fundamentales en la creación del lenguaje cinematográfico sin por ello imponer su nombre en la autoría del film; por eso se trata de un creador anónimo. Analizaremos, por tanto, no las productoras, no el sistema empresarial o las diversas estrategias comerciales y políticas, sino el uso que hicieron en sus obras del lenguaje cinematográfico. Es decir, si utilizaron o no el modelo de los géneros o ciclos temáticos, si imprimieron en sus películas un estilo propio o si se valieron de los modelos establecidos y si desarrollaron la planificación y la estética cinematográfica en los largometrajes más representativos.

Por último, hemos escogido los diez años que distan entre 1945 y 1955 porque reflejan con claridad el momento de mayor auge de los estudios. Si bien los primeros seis

¹ Proponemos en la bibliografía algunos de los libros fundamentales sobre éstos.

años del franquismo fueron muy complejos política e industrialmente, la participación o no en la Segunda Guerra Mundial y el hundimiento del bloque nazi y fascista, a partir de 1945, y, hasta mediados de los cincuenta, el aislamiento político internacional favoreció, sin embargo, una cierta estabilidad en la industria cinematográfica española. Además, estos diez años nos permiten presentar el momento de más esplendor de las tres productoras y el final de Cifesa.

CIFESA: EL MODELO PRIMIGENIO Y SU CRISIS

Cifesa es la gran productora de la década de los cuarenta. Existe un libro canónico que estudia esta empresa dirigida en su mayor parte por la familia valenciana Casanova; se trata de *Cifesa, la Antorcha de los éxitos*, de Félix Fanés (1982). El autor localiza y explica con claridad que dicha empresa no sólo se preocupó de conseguir un éxito comercial, sino también de transmitir una ideología y una *cosmovisión* del mundo: el patriotismo nacional, la fe católica y el amor a lo valenciano (como una forma de entender lo español).

Cifesa, cuyo escudo e imagen estiliza el muy valenciano *Miguelete*, nace en el periodo republicano y consigue sus primeros éxitos antes de la Guerra Civil. Su producción durante la contienda no pertenece a la propia familia Casanova, sino a trabajos realizados a favor de la Segunda República. Nada más concluida la lucha, la familia Casanova retoma el poder en su empresa y comienza su período más creativo y característico.

Aunque muchos han entendido a Cifesa como la gran productora del régimen y del cine histórico, esto no se ajusta en nada a la realidad. Cifesa ofrece una línea temática completamente alejada a lo histórico durante sus primeros años y se aparta en la medida de lo posible del discurso más oficial. La realidad es que el modelo de Cifesa se plantea en su origen como una productora comercial que supo imponerse en el mercado cinematográfico.

Así, durante los años 1939-1942, Cifesa produce casi un 30% de la producción española. Las cifras demuestran la importancia de la productora valenciana, pero también evidencian que el monopolio planteado por Félix Fanés [que no contaba con el excelente catálogo de Hueso (1999) ni con los nuevos recursos de la Filmoteca Española en su análisis] no es del todo cierto. Cifesa fue la mayor productora, pero existieron más y no llegó a ejercer el control monopolístico de la producción en España.

Otra cosa distinta es que los largometrajes de mayor popularidad y los mejores actores trabajaban indiscutiblemente para Cifesa. Esta popularidad ganada en los primeros años de la postguerra supone una ventaja indiscutible para la empresa, que logra su esplendor en los años 1942-1945. Durante este trío consigue producir los filmes más exitosos y tiene en plantilla a los mejores actores y directores: Juan de Orduña, Rafael Gil, Luis Lucia y Eusebio Fernández Ardavín.

Sin embargo, la empresa aborda durante los últimos años el gran proyecto historicista, y es aquí donde las cuentas comienzan a fallarle. De todos ellos sólo *Locura de amor*, de Juan de Orduña, será un éxito comercial. El resto fracasará estrepitosamente.

No obstante, al observar la producción de Cifesa podemos entender hasta qué punto su cine guió y creó el estilo del cine español. Así las comedias de Rafael Gil fueron el primer modelo de comedia que se desarrolló en España después de la Guerra Civil, y algo parecido ocurrió con el cine de *levita* y las primeras producciones históricas como *El clavo*, y, por último, Cifesa supo dar una imagen, hoy muy denostada y criticada, del llamado cine imperial en *Locura de amor* o *Agustina de Aragón*.

El gran acierto de Cifesa, que al final se convirtió en su gran error, fue el de dirigir con firmeza el cine español. La empresa de la familia Casanova no sólo produjo una gran parte de la producción nacional, sino sobre todo orientó y formó parte del gusto del espectador medio, el cual tardó toda una década en separarse del estilo de la empresa. La idea principal sería saber quién era el responsable último de los cambios estéticos, argumentales y genéricos de la productora. Sin lugar a dudas, el responsable último de todos ellos era Vicente Casanova, que dirigía con disciplina todo el poder de la empresa; así lo defiende Fanés (1982).

Si escogemos los títulos más representativos de Cifesa entre 1945 y 1951 (momento de su cierre como empresa productora propia), veremos que todas son películas que cumplen con los cuatro aspectos fundamentales del lenguaje clásico, según Bordwell: género, planificación transparente y causal, estética dependiente de la trama y narrativa centrada en el protagonista, que suele ser un actor celeberrimo, que monopoliza la atención del espectador.

Durante este periodo la película más citada de Cifesa es, sin duda, *Alba de América* (1951) de Juan de Orduña, pero lo es sobre todo, no por sus méritos propios, sino por la relación con *Surcos* (1951) de Nieves Conde y la forzada dimisión de García Escudero. Pero la realidad es que las películas de más éxito e importancia fueron, como hemos visto, *Locura de amor* (1948) de Juan de Orduña y *Don Quijote de la Mancha* (1947-1948) de Rafael Gil.

Locura de amor, dirigida por Juan de Orduña, cumple a la perfección la definición de una película clásica: pertenece a un género preciso y determinado (el histórico), utiliza a la protagonista (Aurora Bautista, descubierta por el propio director) como eje central y como causalidad del filme, se enmarca dentro de un estilo propio² y utiliza la planificación clásica.

² Si observamos la estética, la obra sigue en la misma línea de los pintores de finales del XIX y principios del XX. Tanto en *Locura de Amor* como en *Agustina de Aragón* los iconos de caracterización son claramente los cuadros de Francisco Padrilla. Es decir, el modelo historicista de los becarios de la Real Academia de España en Roma, que habían establecido una representación postromántica de la memoria del país. Este planteamiento estético forma un género pictórico que es el llamado «eclecticismo español».

Don Quijote de la Mancha es una producción muy característica de la última etapa de Cifesa. Rafael Gil, que como se verá es uno de los grandes directores que trabajará sucesivamente en las tres productoras, había comenzando como director de pequeñas comedias, pero pronto pasó a otros géneros, cine de levita y religioso.

La película vuelve a cumplir el modelo del lenguaje clásico: es absolutamente causal y centrada en un protagonista (el hidalgo interpretado por Rafael Rivelles), se enmarca dentro del género histórico y las adaptaciones, utiliza un estilo formalista (inspirado en este caso en el universo de Gustavo Doré) y, por último, hace un uso transparente de su montaje.

SUEVIA: CINE DE ENTRETENIMIENTO Y CINE DE CALIDAD

Suevia Films es el gran invento de Cesáreo González. Sobre esta productora se han realizado numerosos artículos, investigaciones y libros. Es una empresa estudiada y brillantemente analizada. El primero de estos trabajos lo realizó Emilio C. García Fernández³ y en este texto se dejan claros los puntos que después se han ido desarrollando. El último gran estudio es el trabajo de varios autores coordinado por José Luis Castro de Paz y Jostexo Cerdán (2005); en este texto fundamental se nos presenta con claridad el trabajo del empresario y el modelo de producción.

Sin embargo, en esta comunicación no nos interesa tanto su labor como empresario o su modelo de producción, cuyo estudio sería redundante con los trabajos arriba citados (y con los que se reflejan en la bibliografía), sino el uso que dicho productor realizó del lenguaje cinematográfico. ¿Cómo eran sus películas? ¿Cómo era su estética y cómo influyó en sus contemporáneos?

El «eclecticismo español» se desarrolla desde mediados de los años cincuenta del siglo XIX y concluye a finales del XIX o principios del XX. Es un estilo trasnochado y que mezcla elementos de los nuevos movimientos, como el impresionismo y el simbolismo, pero mantiene una representación postromántica y ensoñadora de los acontecimientos y de los hechos patrióticos.

Más influidos por Italia que por las corrientes vanguardistas de Francia, estos pintores son los encargados de dar la visión oficial de España. No es extraño que el Congreso y el Senado encarguen cuadros con temáticas similares a estos pintores. Así surgen «La rendición de Granada», «El entierro de Felipe el Hermoso», «El testamento de Isabel la Católica», de Eduardo Rosales...

Esta visión de España es sobre todo postromántica. Muy al estilo de la pintura oficialista italiana del siglo XIX, los españoles realizan un modelo de representación basado en la exageración de los sentimientos (el dolor y la locura de la princesa Juana, la desesperación de los reyes árabes ante su derrota incondicional) en el uso estático de los personajes y, sobre todo, en una visión sentimental y melodramática de la Historia.

³ Este trabajo apareció en AA. VV., *La hora actual del cine de las autonomías del estado Español*. San Sebastián: FilMOTECA Vasca, 1990.

En realidad, Cesáreo González es el más camaleónico y astuto de todos los productores que surgen en la postguerra⁴. Su máximo acierto, como indica Castro de Paz, es precisamente no ser monolítico ni en su modelo de producción ni en su estética. A diferencia de Cifesa, que busca con toda su energía crear una marca de empresa identificable, la productora Suevia Films se diversifica y se transforma en cada proyecto. Cesáreo González no quiere conseguir *un público determinado* que acuda a ver sus películas porque son de un mismo modo o estilo, sino lo que desea es satisfacer las necesidades *de todos los espectadores*. Esto es un cambio fundamental entre Cifesa y Suevia: mientras que la primera confía en que su logotipo funcione como reclamo, la segunda aspira a encontrar el tema y el estilo que le interesa al espectador.

La producción de Suevia es, por tanto, muy compleja. Participa de forma desigual en coproducciones nacionales e internacionales (y resulta casi imposible descubrir con exactitud todas ellas), apoya como distribuidor en muchas otras y por último produce casi en su totalidad otras obras. Aquí nos interesan sobre todo estas últimas, aquellas que son capitaneadas desde el principio hasta el final por Suevia Films. Según el catálogo del Ministerio de Cultura, serían los siguientes largometrajes, durante los años del estudio⁵:

<i>Mar abierto</i>	Torrado, Ramón	1946	Suevia
<i>Botón de ancla</i>	Torrado, Ramón	1947	Suevia
<i>La dama de armiño</i>	Fernández Ardevín, E.	1947	Suevia
<i>La nao capitana</i>	Rey, Florián	1947	Suevia
<i>La fe</i>	Gil, Rafael	1947	Suevia
<i>Reina santa</i>	Gil, Rafael	1947	Suevia
<i>La calle sin sol</i>	Gil, Rafael	1948	Suevia
<i>Mare Nostrum</i>	Gil, Rafael	1948	Suevia
<i>Sabela de Cambados</i>	Torrado, Ramón	1948	Suevia
<i>¡Olé, torero!</i>	Perojo, Benito	1948	Suevia
<i>Aventuras de Juan Lucas</i>	Gil, Rafael	1949	Suevia
<i>Una mujer cualquiera</i>	Gil, Rafael	1949	Suevia
<i>Teatro Apolo</i>	Gil, Rafael	1950	Suevia
<i>La noche del sábado</i>	Gil, Rafael	1951	Suevia
<i>El negro que tenía el alma blanca</i>	Carril, Hugo del	1951	Suevia

⁴ Sin lugar a dudas, la astucia de Cesáreo González es la que le llevará a producir películas muy dispares y apoyar obras tan lejos estéticamente como *Reina santa* o las obras del *Nuevo cine español* en la década de los sesenta. Esta aptitud es la que permitirá al productor ser un referente durante treinta años de producción.

⁵ Se observan algunas diferencias entre el catálogo facilitado por el Ministerio de Cultura y el utilizado por José Luis Castro de Paz y Josexo Cerdán en su texto. Estas discordancias se deben a los porcentajes de la producción. El Ministerio recoge en una sola partida producción y ayuda a la distribución, mientras que los autores, con mejor criterio, diferencian entre producción y distribución.

<i>La niña de la venta</i>	Torrado, Ramon	1951	Suevia
<i>La trínca del aire</i>	Torrado, Ramón	1951	Suevia
<i>La corona negra</i>	Saslavsky, Luis	1951	Suevia
<i>Estrella de la Sierra Morena</i>	Torrado, Ramon	1952	Suevia
<i>La laguna negra</i>	Ruiz Castillo, Arturo	1952	Suevia
<i>Violetas imperiales</i>	Pottler, Richard	1952	Suevia
<i>La alegre caravana</i>	Torrado, Ramon	1953	Suevia
<i>Nadie lo sabrá</i>	Torrado, Ramon	1953	Suevia
<i>El pórtico de la gloria</i>	Salvia, Rafael J.	1953	Suevia
<i>Rapsodia de sangre</i>	Isasi, Antonio	1953	Suevia
<i>La hermana Alegría</i>	Lucia, Luis	1954	Suevia
<i>Morena Clara</i>	Lucia, Luis	1954	Suevia
<i>La cruz de mayo</i>	Rey, Florián	1955	Suevia
<i>La danza de los deseos</i>	Rey, Florián	1955	Suevia
<i>La saeta del ruiseñor</i>	Amo, Antonio del	1955	Suevia
<i>Muerte de un ciclista</i>	Bardem, Juan Antonio	1955	Suevia

Cesáreo González apuesta como se observa por la diversidad y por el mayor número de caminos temáticos y estilos. Es, por tanto, difícil y complicado analizar su estilo cinematográfico. ¿Cuál es su propuesta? ¿El formalismo calculado de Rafael Gil? ¿El tono más popular y alegre de Ramón Torrado o Luis Lucia? ¿El academicismo de Florián Rey? ¿El universo simbólico de Ruiz Castillo o Luis Saslavsky? Lógicamente la respuesta es que ninguno de ellos y todos a la vez.

Suevia Films es la única gran productora que refleja en estos años todos los modelos de cine que se hacían en España. Pero lo más importante es que sus obras van a ser referentes fundamentales en casi todos los ciclos, temas y estilos. Por lo tanto, carece de sentido analizar una o dos películas *modélicas* porque ninguna película es *modélica* estéticamente o industrialmente de la totalidad de la filmografía de Cesáreo González.

Sin embargo, todas las obras cumplen y desarrollan el lenguaje cinematográfico clásico; en especial, todas ellas pertenecen a un género fílmico y son fieles a los esquemas narrativos y estilísticos del mismo. Sirvan de ejemplo:

- Si observamos el universo folclórico y popular encontramos las obras de Román Torrado y Luis Lucia (*Morena Clara* y *La niña de la venta*). Películas que se enmarcan en el lenguaje cinematográfico más clásico, incluso deudor del cine popular de la Segunda República.
- El cine social también está representado con dos obras capitales: *La calle sin sol*, de Rafael Gil, y *Muerte de un ciclista*, de Juan Antonio Bardem. Ambas películas desde perspectivas muy distintas se acercan al llamado cine social o *disidente*, en palabras de Carlos F. Heredero (1993).

- Pero incluso el cine más experimental y de autor es explotado por esta productora en *La laguna negra*, de Arturo Ruiz Castillo, y en *La corona negra*, de Luis Saslavsky.

Observamos entonces que la producción de Cesáreo González es plural, pero enmarcada siempre dentro del género cinematográfico, es decir, construida siempre dentro del lenguaje clásico del cine.

ASPA: CATOLICISMO Y FAMILIA

El modelo de producción de Aspa Films es el más cercano al concepto de autoría de los tres estudiados. Vicente Escrivá Soriano no sólo producía sus obras, sino que en la casi totalidad ideó la historia principal y escribió el guión en solitario. Después contrataba a un director para que realizase la obra, pero él seguía coordinando toda la producción: los decorados, las propuestas de actores y los estudios y los equipos técnicos y humanos.

El arranque de Aspa Films es, por tanto, el inicio de un guionista-productor. Vicente Escrivá comenzó escribiendo la obra *La mies es mucha*, de Sáenz de Heredia. Pero pronto decide acudir al campo de la producción. Su primer proyecto se lo encarga al joven director José Antonio Nieves Conde y se trata de la película *Balarrasa*. En ella se encuentran algunos de los elementos fundamentales de Aspa Films: primero, la temática de lo religioso en el cine (más en concreto lo católico en el cine); segundo, el tono melodramático con momentos sainetescos, y tercero, el triunfo del bien dentro de la familia. Este esquema se repetirá en todas sus producciones.

Balarrasa logra la categoría de Interés Nacional, pero, sin embargo, Vicente Escrivá no apuesta en su siguiente trabajo por José Antonio Nieves Conde, que por su condición de falangista hedillista soñaba con un modelo de producción más cercano al realismo y que le llevará a rodar meses después *Surcos*. El productor busca entonces a Rafael Gil, que era el maestro de José Antonio Nieves Conde (parte de la formación de Nieves Conde se realizó como ayudante de dirección de Gil).

Rafael Gil y Vicente Escrivá conseguirán durante los cinco primeros años de la década de los cincuenta el mayor número de premios, las ayudas sindicales más altas y los mejores resultados en los premios del sindicato. Pero también en el extranjero sus películas serán las obras españolas más vistas (junto a *Marcelino, pan y vino*) y serán las más valoradas en los festivales internacionales. ¿Dónde reside el éxito comercial y de crítica de Aspa Films? Sin lugar a dudas, en que el director Rafael Gil supo como nadie presentar las ideas y los esquemas de Vicente Escrivá.

Todas las películas realizadas durante este periodo por ambos cumplen a la perfección los siguientes criterios de producción: un personaje estrella importante, un tema social o cristiano, una visión piadosa del mundo y de la familia, tono melodramático con momentos sainetesco o populares y una cuidadísima estética cinematográfica.

Responsabilidad de Vicente Escrivá era, primero, la escritura de las películas y, segundo, la formación de los grupos de trabajo. Los guiones de esta producción son los que marcan de una forma clara: el tema, el tono y la visión piadosa del mundo. Observemos la producción de Aspa Films en estos años:

<i>Balarrasa</i>	Nieves Conde, José Antonio	1950	Aspa-Cifesa
<i>La señora de Fátima</i>	Gil, Rafael	1951	Aspa
<i>Sor Intrépida</i>	Gil, Rafael	1952	Aspa
<i>De Madrid al cielo</i>	Gil, Rafael	1952	Aspa
<i>El beso de Judas</i>	Gil, Rafael	1953	Aspa
<i>La guerra de Dios</i>	Gil, Rafael	1953	Aspa
<i>Murió hace quince años</i>	Gil, Rafael	1954	Aspa
<i>El canto del gallo</i>	Gil, Rafael	1955	Aspa
<i>Recluta con niño</i>	Ramírez, Pedro L.	1955	Aspa

Como se observa, casi la totalidad de las obras fueron dirigidas por Rafael Gil, salvo la ya citada *Balarrasa* y *Recluta con niño*, de Pedro L. Ramírez.

Martínez Breton (1987) ha explicado que el éxito de estas obras se basa en que se trata de un cine católico y familiar. De un cine hecho para el público católico y, por supuesto, que encajaba a la perfección con el modelo de cine deseado por el Estado. Ahora bien, también otros directores y productores hicieron cine religioso y, sin embargo, su éxito no llegó a ser tan amplio.

El verdadero acierto del dúo Gil-Escrivá era el manejo perfecto y ágil del lenguaje clásico del cine. Como bien han explicado Carlos F. Heredero y más recientemente Vicente Sánchez-Biosca en su análisis de *Murió hace quince años* (2006), estas obras logran una precisión y un uso expresivo de la planificación, el lenguaje y la técnica pocas veces igualadas.

Al consultar los cuadernos de rodaje de las películas de Rafael Gil⁶ podemos observar hasta qué punto descubrió que el uso de la planificación era la clave de su estilo. En concreto, es interesantísimo observar el manejo del primer plano cerrado y el plano detalle en estas películas. Pongamos de ejemplo *Murió hace quince años* y *El canto del gallo*. En ambas obras sólo se utilizan una docena de primeros planos cerrados y todos se reservan a los puntos de clímax del guión. En la primera de ellas, cuando el protagonista, interpretado por Francisco Rabal, acepta el amor de su padre, y en la segunda, cuando el joven sacerdote descubre que hay una esperanza de salvar el alma de los campesinos.

⁶ Facilitados por los herederos al investigador. Parte de ellos se pudieron observar en la exposición «Rafael Gil y Cifesa», enero-febrero 2007, La Rioja.

El gran acierto del productor Vicente Escrivá fue, por tanto, descubrir un modo de narrar las historias y explotar al máximo las posibilidades del lenguaje cinematográfico clásico o de Hollywood.

Una de las últimas películas que rodarán juntos Vicente Escrivá y Rafael Gil, *La gran mentira* (1956), refleja el final de este modelo. En ella un productor dogmático, gorrón y mujeriego se presenta como incapaz de entender el sentido del arte cinematográfico. Este empresario sólo se interesa por ganar «los duros necesarios» para comprar joyas a sus queridas y cigarros habanos de calidad. En un momento el productor le dice a un grupo de asesores: «De verdad creen que el público se va a creer tantos milagros... ¡Ni que esto fuera una película de Rafael Gil producida por Vicente Escrivá!»

CONCLUSIONES

Durante los diez años que distan desde 1945-1955 existen tres grandes productoras en España que son las estudiadas Cifesa, Suevia y Aspa. Cada una de ellas tiene un modelo de producción y unos avatares como empresa distintos y peculiares; sin embargo, todas ellas ofrecen una estrategia creativa y expresiva propia y, en consecuencia, existe una preocupación real por la construcción de un lenguaje cinematográfico.

Como se observa, Cifesa, Suevia y Aspa Films se esfuerzan en la construcción y el uso de los géneros cinematográficos. Las tres productoras son empresas que, si bien no se especializan en un solo género, sí los tienen presentes en todas sus realizaciones.

Además, las tres compañías desarrollan un plan estratégico estético para configurar un universo propio (si bien es cierto que el de Suevia es amplísimo e intencionalmente plural). Cada proyecto nace como una obra propia, pero dentro de una corriente o estilo cinematográfico.

Las tres productoras acuden y se apoyan en directores famosos o importantes, pero siempre que éstos realicen obras dentro del género y del estilo propio de la empresa. (Se encuentran excepciones en Suevia, pero siempre en las películas coproducidas.) Por último, las tres productoras realizan en su totalidad películas marcadamente clásicas y que utilizan, con mayor o menor acierto, las leyes básicas del montaje y la planificación del lenguaje clásico o de Hollywood.

Por todo ello se puede concluir diciendo que las tres productoras han contribuido de una forma importante y fundamental en la creación del lenguaje cinematográfico.

BIBLIOGRAFÍA

- Bordwell, D. (1996), *La narración en el cine de ficción*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- y otros (1997), *El lenguaje clásico de Hollywood*. Barcelona, Paidós Comunicación.
- y Thompson, K. (1985), *El arte cinematográfico. Una introducción*, Barcelona, Paidós.
- Castro de Paz, J. L., y Pena Pérez, J. (1993), *Ramón Torrado. Cine de consumo no franquismo*, Xunta de Galicia, CGAI.
- y Cerdán, J. (coords.) (2003), *Suevia Films Cesáreo González: treinta años de cine español*, Xunta de Galicia, CGAI.
- Fanés, F. (1982), *Cifesa, la antorcha de los éxitos*, Valencia, Instituto Alfonso el Magnánimo.
- Fernández Cuenca, C. (1955), *Rafael Gil*, Madrid, Revista Internacional de Cine.
- García Fernández, E. C. (1985), *Historia ilustrada del cine español*, Madrid, Planeta.
- (1998), «Memoria viva del cine español». *Cuaderno de la Academia*, Madrid.
- (1990), «Aproximación a la obra de Cesáreo González, productor cinematográfico», en AA. VV., *La hora actual del cine de las autonomías del Estado español*, San Sebastián, Filmoteca Vasca.
- Gorostiza, J. (1997), *Directores artísticos del cine español*, Madrid, Cátedra, Filmoteca Española, Madrid.
- Gubern, R. (1996), *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*, Barcelona, Anagrama.
- (1994) *Benito Perojo. Pionerismo y supervivencia*, Madrid, Filmoteca Española.
- Herederó, C. F. (1993), *Las huellas del tiempo. Cine español 1951-1961*, Valencia, Madrid, Filmoteca Valencia/Filmoteca Española.
- (2002), «La imprenta dinámica. Literatura española en el cine español», *Cuadernos de la Academia*, n.ºs 11 y 12, Academia.
- Hueso, L. A. (1999), *Catálogo de cine español. Películas de ficción 1941-1950*, Madrid, Cátedra.
- Llinás, F. (1995), *José Antonio Nieves Conde. El oficio del cineasta*, Valladolid, XL Semana Internacional de Cine de Valladolid.
- Martínez Bretón, J. A. (1987), *Influencia de la Iglesia católica en la cinematografía española (1951-1962)*, Madrid, Harofarma.
- Méndez Leite, F. (1965), *Historia del cine español*, Madrid, Rialp.
- (1986), «Historia del cine español en 100 películas», *Guía del Ocio*, Madrid.
- Pérez Perucha, J. (ed.), *Antología crítica del cine español (1906-1995)*.
- y Castro de Paz, J. L. (2003), *Tragedia e ironía: el cine de Nieves Conde*, Ourense, Festival de Cine de Ourense.

Pérez Perucha, J. (1982), *El cinema de Edgar Neville*, Valladolid, XXVII Semana Internacional de Cine de Valladolid.

Ríos Carratalá, J. A. (1997), *Lo sainetesco en el cine español*, Murcia, Publicaciones de la Universidad de Alicante.

Sánchez Biosca, V. (2006), *Cine y Guerra Civil: Del mito a la memoria*, Madrid, Alianza Editorial.

Taibo i, P. I. (2002), *Un cine para un Imperio*, Madrid, Oberón.

Construir lo imposible: Samuel Bronston y sus producciones en la historia del cine español

GEMA FERNÁNDEZ HOYA
ALBERTO FERNÁNDEZ HOYA
Universidad Complutense de Madrid

189

GESTIÓN EMPRESARIAL Y AUTORÍA FÍLMICA DESDE LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA

El productor, muchas veces olvidado por el análisis cinematográfico, representa una categoría de estudio básica para entender la película como resultado de una industria, producto heterogéneo que requiere ser contemplado desde diferentes y complementarios puntos de vista buscando su mejor explicación posible. Precisamente, en el marco del I Congreso Internacional de Análisis Fílmico celebrado en Madrid (noviembre 2005), el profesor Emilio C. García Fernández (2006: 443-462) aportaba distintos perfiles sobre dicha consideración. Igualmente en la mencionada ocasión pudimos asistir a valiosas reflexiones que nos aproximan al hecho cinematográfico contemplado en su complejidad constitutiva, entre otras: una propuesta metodológica pormenorizada que, de manera general, acoge elementos contextuales junto a los propiamente fílmico-discursivos (Marzal Felici y Gómez Tarín, 2006: 407-414), o la problemática en torno al papel del analista, la crítica, el espectador, etc., donde «las fronteras entre crítica cinematográfica y análisis fílmico quedan desdibujadas» (Rodríguez Merchán, 2006: 419).

La figura de Samuel Bronston y su periplo español suponen un excelente ejemplo sobre el que estudiar el posible alcance del productor, no sólo dentro del ámbito empresarial, sino también en la creación fílmica propiamente dicha. Para un mayor

conocimiento de la mencionada codificación artística y sustituyendo al autor como categoría individual, algunos teóricos han reclamado el concepto de «instancia narrativa» (Aumont, 1996: 111), que incluiría diversas responsabilidades como parte de una autoría conjunta. En este sentido, como factores integrantes de la narratividad fílmica y copartícipes del resultado estético final, podemos recordar, por ejemplo, la influencia de los productores sobre el montaje durante la política de estudios en Hollywood conocida por Bronston, o su relevante formación musical, muy importante para sus futuras decisiones sobre la banda sonora.

Antes de iniciar sus primeras producciones en los Estados Unidos, nuestro cineasta presenta un largo e interesante recorrido vital donde el cine será protagonista. Algunos momentos resultan especialmente reseñables en dicha trayectoria: primero, los años de la infancia en Izmail (Besarabia), cuando sus padres inauguran un pequeño cine de pueblo; en segundo lugar, una eventual actividad juvenil poniendo música a películas mudas en diversas salas parisienses, para trabajar posteriormente como fotógrafo profesional, y por último, su inicio en el negocio de la distribución cinematográfica desde el moderno cine de su suegro, también en París.

Tras abandonar Francia e instalarse en Nueva York, Samuel Bronston realiza varias producciones norteamericanas en los entornos de Columbia y la Fox para más tarde terminar renegando de la industria hollywoodiense y asociarse con Herman Yaris en una distribuidora cinematográfica que pretende explotar el mercado filipino. De esta forma, antes de llegar a nuestro país ha ido aprendiendo el negocio, fijando muchas de las estrategias y contactos ya establecidos durante una sinuosa experiencia previa. Así recalca en diversos trabajos y destinos que incluyen el Vaticano, donde vive cerca de cuatro años rodando documentales religiosos que le permiten establecer estrechas relaciones con el Centro Católico Cinematográfico.

EL DESEMBARCO EN ESPAÑA (1957-1960)

Bronston llega a España por primera vez en 1957, con el aval de una biografía inventada y la determinación de convertir los dividendos estadounidenses bloqueados en proyectos cinematográficos. Ya en 1956, las producciones extranjeras habían comenzado a afianzarse paulatinamente en territorio español motivadas, fundamentalmente, por la situación político-económica de las naciones más poderosas. El periodo de autarquía ha llegado a su fin y la situación política no supone un problema para las grandes potencias, que deciden obviar la dictadura. Las limitaciones de libertad y nuestras dificultades financieras son vistas desde las empresas extranjeras como una ventaja. Además, la prohibición para que los trabajadores se organicen en sindicatos hace mínimas las exigencias del sector de técnicos cinematográficos y la inversión para producir un film es considerablemente menor que en Estados Unidos. Por su parte,

la industria cinematográfica norteamericana sufre al inicio de los años cincuenta una profunda crisis, acuciada por la agresiva campaña gubernamental de la «caza de brujas», lo cual fuerza a que muchos cineastas busquen una salida en Europa. Junto a estos factores surge el detonante monetario decisivo y fundamental en la construcción del denominado Imperio Bronston: el bloqueo de fondos de capital extranjero. Las políticas interiores aplicadas tras la Segunda Guerra Mundial afectan a la industria hollywoodiense, ya que el problema originado por la balanza de pagos inmoviliza las ganancias de empresas norteamericanas en la mayoría de los países europeos. Éste es el caso de España, donde se prohíbe la conversión de dólares, produciéndose una inmovilización en los beneficios de firmas extranjeras obtenidos dentro de nuestras fronteras. El cine funciona entonces como recurso liberalizador del capital, en forma de bienes materiales. Los beneficios no transferibles se usan para la financiación de películas que escapan a los límites establecidos transformadas en latas de celuloide, siendo posteriormente distribuidas y comercializadas en el resto del mundo. La fórmula es rentable para ambas partes. Por un lado, proporciona la movilidad de capital y, de otra parte, permite la liberalización de éste:

El problema de la balanza de pagos obligó a la mayoría de las naciones europeas a congelar las ganancias de las compañías americanas. Al estar prohibida la conversión a dólares de moneda como la libra, el franco o la lira, las compañías se encontraron con grandes sumas en divisas extranjeras. Dado que estas ganancias no podían ser sacadas de Europa en dólares, las compañías pensaron que lo podrían lograr en forma de bienes [...]. Así pues, la disponibilidad de fondos no transferibles llevó a las compañías a filmar en el extranjero, y de este modo se realizaron películas, total o parcialmente, en Europa. Esta inicial desertión de los terrenos de Hollywood hacia los estudios de rodaje y los países de Gran Bretaña, Italia, Francia y España u otras naciones era consecuencia directa de las ganancias bloqueadas y del deseo de las compañías de gastarlas. [...] Las compañías norteamericanas rápidamente descubrieron que cualquier película podría ser realizada con gastos inferiores y a menudo con menos problemas sindicales que en Estados Unidos. [...] Esto demostró que Hollywood no era el único lugar del mundo en donde se podían hacer películas (Guback, 1980: 346-347).

El recién llegado productor se afina en Madrid, convirtiendo el madrileño hotel Castellana Hilton en su sede empresarial. Se ha hablado mucho de su carisma y capacidad de negociación, en palabras de Enrique Herreros¹: «[...] nunca he visto a nadie hablar y negociar como lo hacía Bronston». Cualidades que le permiten lograr el apoyo financiero de algunos grandes magnates de Wall Street: Stuyvensant, Pierpoint, Rockefeller, Charles Dana y Dupont, quienes le facilitan la escalofriante cifra de dos-

¹ Director del Departamento de Publicidad de la Compañía Bronston. Cita literal, extraída de la primera entrevista que nos ha concedido (agosto 2006).

cientos millones de pesetas para producir *El Capitán Jones* (John Paul Jones, J. Farrow, 1959), su primer largometraje en nuestro país.

Bronston cuenta de antemano con ciertos contactos dentro del Opus Dei español, elaborados a partir de su estancia en Italia y las estupendas relaciones establecidas con el Vaticano, como indicamos a propósito de sus trabajos previos. Sin embargo, aún teniendo resuelto el soporte monetario y el apoyo de la máxima institución religiosa en España, decide establecer vínculos con el gobierno español asegurándose de este modo la mayor permisividad posible durante sus rodajes. Es decir, implanta unas redes a nivel gubernamental que permiten, no tanto un apoyo económico, sino la utilización de los recursos del régimen, disponibilidad en la obtención de permisos o facilidades en el acceso a lugares generalmente vetados. Como parte de su estrategia global se asocia con la compañía cinematográfica de mayor solvencia durante la España franquista: Suevia Films. Sociedad dirigida por Cesáreo González, simpatizante del régimen franquista y amigo personal del dictador, que tiene al uruguayo Jaime Prades como encargado de las relaciones internacionales con países de habla hispana. Especialista en tratar asuntos delicados, transacciones bancarias y contrataciones, Prades facilita enormemente las conexiones con los estamentos ministeriales, estableciéndose así unos sólidos cimientos para la futura compañía «bronziana».

El empresario ruso-americano impone un estilo de producción que imita modelos utilizados durante los años dorados de los estudios norteamericanos, en contraste con la modesta configuración de la industria cinematográfica española. Su obsesión por crear espectáculos grandiosos en la pantalla le lleva a rechazar de lleno el uso de maquetas en sus películas, a las que denomina despectivamente «juguetes», y exige como espacio cinematográfico donde rodar sus secuencias consistentes y formidables construcciones «de verdad». Para ello invierte gran parte de los dividendos provenientes de Wall Street en el Departamento de Arte empleando a los mejores decoradores, dibujantes, ambientadores, diseñadores y constructores del mundo, quienes se encargan de estudiar y analizar tanto la arquitectura como las coordenadas histórico-culturales que reproducirán para el cine.

John Paul Jones / *El capitán Jones* (J. Farrow, 1958), cuyo desarrollo argumental se articula en torno a la vida del heroico marino de igual nombre, protagonista en la guerra de la Independencia norteamericana, es un film de aventuras para cuya ambientación encarga, por quince millones de pesetas, la construcción de dos gigantescos navíos con dimensiones reales. Dichos barcos, anclados en el puerto de Denia, completarán el escenario ideal en las batallas marítimas. La labor llevada a cabo, buscando cierta permisividad política, comienza a dar sus frutos al obtener permiso para rodar algunas de sus secuencias en diversas salas del Palacio Real de Madrid. Incluso desde el Patrimonio Nacional se permite que Bette Davis interprete su papel sentada en el trono del palacio de los Borbones, algo impensable en aquel momento. El resto de la

cinta se filma en los preparadísimos estudios Sevilla Films, donde se aúnan todos los platós para crear una espectacular estepa rusa.

Su repercusión comercial es mínima tanto en España como en el resto del mundo, haciéndose inviable el desbloqueo de fondos. Aún así, la capacidad gestora y diplomática de Bronston mantiene a sus inversores, insistiendo en la favorable perspectiva económica de España y planteando la creación de una estructura que permita una producción cinematográfica en serie, como medida para terminar con la situación del bloqueo económico. Su idea es que un dinamismo industrial de estas características puede ayudar a terminar con la incómoda situación de unos dividendos que de antemano se daban por perdidos.

Bronston decide establecerse definitivamente en España adoptando diversas iniciativas: crea un centro de producción en Madrid bajo la vicepresidencia de Jaime Prades; adquiere los Estudios Chamartín junto con unos terrenos en el municipio madrileño de Las Matas, donde posteriormente se edificarán majestuosas ciudades de ficción reinventadas a tamaño real, y busca ampliar sus fuentes de ingresos con distribuidores a nivel mundial, para salvaguardarse económicamente ante los posibles cambios de opinión en sus inversores. Apoyando esta opción de continuidad constituye, junto con Philip Yordan, una factoría de argumentos que denominan «Story Development Groups». En ella trabajan guionistas anónimos, tanto en la aportación de ideas como en el desarrollo del guión, que nunca aparecen acreditados en el resultado final.

Su segundo proyecto: *King of Kings* (*Rey de reyes*, Nicholas Ray, 1960), basado en la vida de Jesucristo, intenta dar un enfoque contemporáneo a la Historia Sagrada. Al tiempo, Bronston trabaja para conseguir el beneplácito de distintos sectores religiosos: el del Papa Juan XXIII y el de las diferentes facciones judías. El magnífico decorador G. Wakhèvitch se encarga de materializar la Tierra Santa, de nuevo en los Estudios Sevilla Films. Para la ocasión, F. Planer y M. Berenguer innovan trabajando con lentes triples que permiten enfocar distintas zonas a diferentes distancias. En este film se consolida el equipo técnico español, permaneciendo durante las siguientes producciones con contratos que se renuevan constantemente, ya que mientras se rueda una película se prepara la próxima. Los técnicos españoles están muy bien considerados durante este periodo y forman parte de una nómina inconfesada, pero que se mantiene con cada nueva producción. No desempeñan cargos de primer rango, pero se ocupan de decisivos e importantes cometidos.

La cinta adquiere nuevos tintes épicos que añadir a la consideración global del proyecto. Así, los escenarios, destruidos antes de comenzar el rodaje por una gran tormenta, son levantados de nuevo, disparándose los costes de producción. El productor busca entonces nuevas fuentes financieras y consigue la participación de Metro-Goldwing-Mayer accediendo a algunos giros contundentes en el guión.

Esta continuidad empresarial, con su enorme solvencia económica, permite construir colosales decorados a escala real, la implicación de un reparto estelar traído desde

Estados Unidos, y en ocasiones de otros países, el pago de sueldos más altos de lo habitual para los actores (tanto extranjeros como nacionales), la utilización de una plantilla de apoyo constante durante el rodaje y la colaboración de considerados profesionales. Diego Sempere, supervisor de producción en aquellos días, recuerda² cómo los actores españoles buscaban participar en estos films, donde «disfrutaban de condiciones impensables en una producción española»: camerino propio, doble de luces, *catering* durante el rodaje y, por supuesto, unos generosos salarios. Otro hombre de confianza para Bronston, Enrique Herreros, director del departamento de publicidad, explica³ su experiencia de un modo más metafórico: «la diferencia de trabajar en una película española y una producción de Bronston, era como viajar en un barco a vapor o en un barco con motor».

UNA EPOPEYA MEDIEVAL PARA DINAMITAR LAS TAQUILLAS

El tercer proyecto de la Compañía, en cuya producción se invierten 12 millones de dólares, es *El Cid* (Anthony Mann, 1961). Se trata de su mayor éxito comercial; ya en el primer año, la recaudación dobla lo invertido con 35 millones de dólares, para triplicarlo durante su segunda temporada en las pantallas y llegar a los 50 millones de dólares. El magnífico trabajo del fotógrafo Robert Krasker y la fantástica música del compositor Milkos Rozsa acompañan un despliegue material y personal desbordante: se copian murales y frescos románicos del Museo de Arte de Cataluña, elaboran las telas para el vestuario en fábricas de paños catalanes e invierten 30 millones de pesetas en la fábrica toledana de armas. Además, unas 1.500 personas forman parte de la nómina estable durante la producción, sin contar figurantes, actores, ni empleados que colaboran desde el exterior, como las cuatrocientas costureras que confeccionan 10.000 trajes, orfebres, ebanistas, herreros, joyeros, etc.

Los exteriores del film se ruedan en Peñíscola, con Charlton Heston y Sofía Loren como protagonistas. Para las secuencias interiores, V. Colasanti, J. Moore y G. Parrondo levantan unos decorados de tales dimensiones que los Estudios Sevilla Films, de 4.833 metros cuadrados, no son capaces de albergar, requiriéndose la utilización de los Estudios Chamartín (ahora llamados Bronston). Cientos de extras son reclutados, pero resulta complicado cubrir el inmenso número de soldados que deben engrosar los regimientos de moros y cristianos. Entonces Bronston vuelve a utilizar

² Declaraciones transcritas de la conversación con Sempere (junio 2006).

³ Citado de nuestro segundo encuentro con Herreros (noviembre 2006).

sus estupendas relaciones con el gobierno español y el Ministerio de Defensa para conseguir la cesión de unidades del ejército y la policía armada que, «voluntariamente», se unen como figurantes al proyecto. En esta ocasión el lanzamiento publicitario del film pasa por consultar a Menéndez Pidal, catedrático de Filología Románica y director de la Real Academia Española, como máxima autoridad en el conocimiento del famoso poema épico y la figura de su protagonista. Las fotografías junto al «sabio» español y los principales intérpretes de la película en sus magníficos decorados formarán parte de esta promoción.

Por otro lado, la historia del conocido héroe español continuará con el fabuloso impacto social provocado por este tipo de producciones que resultará importante, no sólo por la grandiosidad de aquellas ciudades ficticias contenidas en pequeños municipios de la Península, ni por la cercana convivencia de los lugareños con estrellas de la gran pantalla, sino por la cantidad de empleos directa e indirectamente generados. Con tales proyectos, la economía de la zona se dinamiza y múltiples personas enfocan su vida profesional hacia el mundo del cine. Gil Parrondo, hoy día doblemente oscarizado y protagonista en la creación de las ciudades «bronsianas», lo recuerda⁴ de este modo:

La vida de la gente cambiaba totalmente. Fue un momento tan importante que revolucionó a todos los pueblos de alrededor de Madrid. Todos los pueblos tenían alguien trabajando en el cine. [...] Venían a colaborar en la construcción de las películas y se quedaban ya siempre fuera del pueblo; unos se quedaban en Madrid, otros en Andalucía [...] pero venían ya siempre con nosotros. Primero empezaron aquí, en Las Matas, y luego ya iban con nosotros a todas partes [...]. Éramos un equipo enorme. Fue una etapa creativa y muy hermosa.

El departamento de arte se convierte en un pilar fundamental y su modo de trabajar imprime un sello distintivo para la compañía. Cualificados profesionales de distintas partes del mundo elaboran sin descanso el marco de cada nueva producción. Las inversiones financieras en ideales universos fílmicos no tienen límites. Enrique Llovet, encargado del departamento de guionistas en español, evoca⁵ una curiosa anécdota que ejemplifica el nivel de desahogo económico en aquellas «empresas» frente a la angustia de las producciones nacionales:

Me acuerdo del primer plano que se iba a rodar, y estaba Sofía Loren sentada y Heston sentado. Era mi primera película con los americanos y entonces siguiendo una costumbre [...] se rueda el primer plano y se para, para tomar algo y charlar [...]. Salimos del plató y yo le digo algo al jefe de producción [...] y Bronston dice: ¿Qué pasa, Enrique?, y digo: Nada, le

⁴ Transcripción seleccionada de la segunda entrevista concedida por Parrondo (octubre 2006).

⁵ Este breve extracto, transcrito de nuestra conversación con Llovet (mayo 2005), evidencia el impacto que causaron las producciones bronsianas y continúa latente en su recuerdo de aquellos días.

estaba diciendo que hay que poner un cordón para que no se pise el parqué y esté igual que en el primer plano.

Me miró y me dijo: El parqué se va a cambiar todos los días. [...].

Y por eso lo hacen así de bien [...]. Tienen dinero y se lo gastan [...], con ese dineral hacían lo que querían. Yo, [...] ;me quedé!, ¡el parqué se va a cambiar todos los días! No se me olvidará jamás.

RECREANDO ENCLAVES MÍTICOS: DE LA CIUDAD PROHIBIDA AL IMPERIO ROMANO DEL SIGLO II

La cuarta película del productor en España es *55 Days in Peking* (*55 Días en Pekín*, Nicholas Ray, 1962). Con un guión basado en la novela de Samuel Edwards *The Boxer Rebellion* y protagonizada por Charlton Heston, Ava Gardner y David Niven, vuelve a superar las producciones anteriores con un presupuesto escalofriante: diecinueve millones de dólares. Los decorados ideados por Veniero Colasanti y John Moore, a 25 kilómetros de Madrid, reconstruyen a escala real la capital china asediada permitiendo contemplar el Pekín de 1900. Dicha recreación incluye calles, plazas, edificios y canales, con la peculiar diferencia de encontrarse habitada por cientos de manchegos caracterizados como chinos.

El rodaje resulta tan caótico que llega a provocar un infarto al mismo Nicholas Ray; mientras tanto, Bronston ha vendido por adelantado su producto al mundo entero y no desiste en sus gestiones para ganarse los favores de los altos estamentos. Por ejemplo, para la filmación de la primera escena reúne a las máximas autoridades españolas con algunos distribuidores extranjeros ante una magnífica cena, al tiempo que observan atónitos el espectacular asalto de los bóxers a Pekín.

Por su parte, el departamento de dirección artística trabaja sin descanso en la preparación del siguiente film: *The Fall of the Roman Empire* (*La caída del Imperio Romano*, Anthony Mann, 1964). Previsto para realizarse en cuarto lugar, la negativa de Charlton Heston a protagonizar la película otorgará preferencia al relato sobre la Ciudad Prohibida. El guión, basado una vez más en una obra literaria, *History of the Decline and Fall of the Roman Empire* (E. Gibbson), demuestra un cuidado ambiente histórico y adquiere en sus diálogos una solemnidad teatral. Este proyecto agrupa excepcionales profesionales como el compositor Dimitri Tiomkin o los fotógrafos Krasker y Mann. En esta ocasión, los decoradores Colasanti y Moore, apoyados por el formidable equipo técnico español, edifican el considerado por el libro *Guinness* de los récords como el decorado más grande de la historia del cine. Para dar cabida al apabullante Foro Romano del siglo II se derriba totalmente la imaginaria capital china construida anteriormente. Colassanti y Moore investigan durante dos años para realizar los diseños de las 27 construcciones y 350 estatuas que reinventan Roma en la

gran pantalla. El Foro, alzado a escala real, permite caminar por sus avenidas en un auténtico viaje espacio-temporal, como si se tratara de una ciudad auténtica: a la derecha se encuentran el Templo de la Concordia y el Tabulario; a la izquierda, caminando en el sentido de las agujas del reloj, están el Mercado, la Curia, el Senado, el Templo de Antonio y Faustina, el Templo de Vesta, el de Cesar Divo con sus dos Arcos de Triunfo, el Templo de Cástor y Pólux, el de Saturno, la Basílica de Julia, etc., y por encima de todos ellos, sobre una colina artificial de 39 metros, se eleva con 50 metros más el majestuoso Templo de Júpiter. La dificultad para levantar tan colosales estructuras de acero requiere la participación de arquitectos e ingenieros que guíen el proceso. Su construcción emplea 1.100 operarios durante siete meses, además de un grupo de expertos falleros valencianos, unos 20 escultores y más de 300 escayolistas que *atrezzan* la capital. El proceso de recreación es tan preciso, que en los talleres se fabrican mezclas, a base de pintura y estuco, con las que «marmolizar» y envejecer los edificios en función de su antigüedad histórica. Las cifras del material empleado son exorbitantes: 530 kilómetros en tubos de acero soportan las estructuras, 170.000 bloques de cemento y 2.091 toneladas de piedra cimientan el Foro, 900 metros en molduras de escayola adornan las fachadas, 1.000 paneles con bajorrelieves esculpidos a mano decoran los exteriores, 148.000 litros de pintura, 6.715 metros de escalinatas, etc. El coste económico total para tan extraordinaria construcción: ocho millones (en dólares de 1963).

Mientras continúan surgiendo los mundos de ficción en la realidad empresarial, Bronston comienza a tener graves problemas financieros. Las enormes inversiones realizadas en sus películas, que logran desbloquear el dinero congelado, en su distribución no recuperan los dividendos empleados. Esta situación se agrava aún más al modificarse las disposiciones políticas permitiéndose la liberalización de los fondos congelados. El respaldo de su mayor inversor, Du Pont, empieza a tambalearse y las autoridades franquistas comienzan a retirar un apoyo que venía siendo habitual. Bronston recurre entonces a una de sus mejores armas: el despliegue publicitario. Requiere y fotografía a numerosas personalidades que pasean por los decorados del Foro Romano, desde Audrey Hepburn posando junto a la duquesa de Alba, hasta Omar Shariff con los duques de Villaverde. Igualmente se difunden los nombres de prestigiosos directores para el proyecto como Orson Wells, John Ford o David Lean.

UN NUEVO «SALTO MORTAL» PARA TERMINAR CON EL SUEÑO

El productor intuye el desmoronamiento de la compañía y, en un nuevo esfuerzo diplomático, realiza documentales propagandísticos impulsados por el Ministerio de Información y Turismo: *Boda en Atenas* (L. M. Delgado, 1962), *El Valle de los Caídos*

(A. Marton, 1962), *El Camino Real* (J. Prades, 1963) y *Objetivo 67*; además del largometraje *Sinfonía Española* (J. Prades, 1963).

El quinto y último trabajo del cineasta en España, para el que se contrata a toda una plantilla circense, es *Circus World (El fabuloso mundo del circo)*, Henry Hathaway, 1964). Los exteriores del rodaje se filman en el puerto de Barcelona, donde un viejo carguero se convierte en un lujoso buque. Una vez más, los beneficios de distribución no cubren los costes de la operación y el denominado «Imperio» Bronston cae en bancarrota. Las complicadas alianzas económicas se diluyen, Hollywood desconfía de las gestiones del empresario en el viejo continente, y Du Pont retira definitivamente su colaboración. De esta forma lo relata William Bronston:

[...] mi padre, que confiaba en Du Pont y que le debía gran parte de su éxito, le entregó un poder notarial sobre sus acciones. [...] Du Pont liquidó las acciones. De la noche a la mañana, mi padre se había quedado sin espónsor; aquello digamos que fue la bala que alcanzó el corazón del imperio, aunque como se trataba de un imperio de 25 millones de dólares de aquella época –con depósitos llenos a rebosar de petróleo, con almacenes por toda la costa de España repletos de equipos, con personal contratado por más de dos años [...] pasó tiempo hasta que se agotó el oxígeno y el corazón de ese gran imperio dejó de latir (García de Dueñas, 1998: 251).

En un intento de remontar el vuelo, se planea y publicita el rodaje de *Isabel de España*. Emblemáticos actores y directores se fotografían como parte del equipo de la próxima producción; pero en esta ocasión no se consigue financiación para el proyecto, y Samuel Bronston regresa arruinado a Estados Unidos. Enrique Herreros recuerda⁶ con verdadera afectación la visión de aquella compañía desmoronada, donde se subastan desde las mesas de las oficinas hasta las fotografías. La calidad material y artística de las construcciones del equipo bronstiano permite que tanto el *atrezzo* como los decorados sean alquilados para ambientar posteriores films, como sucede, por ejemplo, con *El valle de las espadas (The Castilian)*, Javier Setó, 1963), que utiliza el vestuario de *El Cid*, o *Funny thing happened on the way to the forum/Golfus de Roma* (Richard Lester, 1966), rodada en las mismas edificaciones realizadas para *La caída del Imperio Romano*.

La incursión de Samuel Bronston en la industria cinematográfica española, momento álgido de su trayectoria profesional, supone un hito para la historia de nuestro cine, al tiempo que una referencia en la cinematografía mundial. Su estancia en España promovió un dinamismo económico, impulsando a grandes profesionales españoles que dieron a conocer sus trabajos fuera de nuestras fronteras y atrayendo expertos de diversos lugares del mundo que contribuyeron al enriquecimiento de nuestro cine.

⁶ Durante nuestro segundo encuentro con Herreros (noviembre 2006).

Las declaraciones⁷ del personal que trabajó al lado del productor sostienen haber obtenido una experiencia vital y profesional irrepetible:

Bronston fue una especie de milagro. Bronston era una persona que yo he querido muchísimo. Se ha hablado mucho de él, por los problemas financieros que pudo haber [...] pero indudablemente él hizo una cosa por España, por todos nosotros, que nadie hizo como él, nadie. Creó aquel Imperio Bronston, ¡que era! [...] ¡es que hay que ver lo que es hacer esos decorados!, y en aquel momento no se hacían en ninguna parte del mundo. Y no se han superado nunca, nunca [...] El Foro Romano, o Pekín [...] era maravilloso. Y luego había que ver el reparto que traía: los mejores actores de Hollywood. Fue un verdadero placer poder colaborar en aquel movimiento.

Otros productores también intentan crear sus propias factorías cinematográficas sin conseguir llegar al logro del empresario ruso-americano. Tal es el caso de Ted Richmond, antiguo productor de la Columbia, que rueda en España *Salomón y la Reina de Saba* (*Salomón and Sheba*, King Vidor, 1959) o *Papillon* (Franklin J. Schaffner, 1973). Igualmente, Philip Yordan, uno de los creadores fundamentales de la Compañía Bronston, habitual en sus guiones, se encarga en solitario de producciones como *La batalla de las Ardenas* (*Battle of the Bulge*, Ken Annakin, 1965). Asimismo Sydney Pink, un productor con un planteamiento económico y artístico menos ambicioso que los anteriores, realiza películas como *El valle de las espadas* (*The Castilian*, Javier Setó, 1963).

España vive un momento de esplendor para las producciones foráneas que continuará con los conocidos wésterns almerienses, suponiendo un buen escaparate para el régimen franquista. De esta forma, el documental *España, plató internacional* (José López Clemente, 1969) se hace eco del fenómeno con fines propagandísticos, presentando las bondades de nuestro país mediante pintorescas frases como: «[...] España posee un variado relieve que se traduce en escenarios cinematográficos naturales [...], desde las zonas áridas de aspecto planetario a las tierras fértiles de vegetación tropical [...]».

Utilizando bonitas y cuidadas imágenes, que incluyen momentos inéditos de algunos rodajes, entre otros *El Cid* (Anthony Mann, 1961), *Lawrence de Arabia* (David Lean, 1962) o *Patton* (F. J. Schaffner, 1969), el cortometraje muestra un claro perfil ideológico, abundando en la idea de una nación moderna y dinámica como inmejorable lugar para nuevas inversiones.

El «sueño Bronston» será una realidad en el territorio español durante cinco años, que materializa en sus films. Su pasión por el cine, junto a una increíble capacidad negociadora, le convierten en un productor ejecutivo y artístico, consiguendo un estilo

⁷ Gil Parrondo expresa una opinión mayoritariamente compartida. De la primera entrevista mantenida con él (septiembre 2006).

personal en sus producciones: crea un escudo económico mediante distintas fuentes de financiación, secunda enormes campañas publicitarias y establece estrechas relaciones con las altas esferas del poder. Por otro lado, como creador y autor también con sello propio, logra moldear ideales mundos de ficción a través de majestuosos decorados, elencos estelares, un enorme cuidado en las composiciones musicales, una cuidada fotografía, etc. Algunos cineastas criticaron las líneas de actuación del productor señalando un desmedido interés económico y desautorizando su trabajo. No obstante, los profesionales⁸ que más le conocieron no comparten esta opinión:

Se hablaba mucho de él y se criticaba que venía aquí por su negocio, y lógicamente el trabajo no se hace sólo por amor al arte. [...] se metieron con él diciendo que sólo venía por lo que le interesaba que era ganar dinero en España, que la mano de obra era muy barata y le achacaban que no pensaba nada más que en eso. Y a este hombre de repente se le termina todo, se le hunde todo el Imperio, se va a América a vivir, [...] y muere en su casa. Entonces al morir dice: «Yo quiero que mis cenizas vayan a Las Matas, al lado de Madrid, donde tenía mi estudio.» Y las cenizas vinieron aquí. Eso no es ningún negocio, como es natural. No es ningún negocio. Eso es que él amaba España y el cine.

Más allá de posibles controversias, Samuel Bronston constituye un ejemplo paradigmático para estudiar la influencia que el productor puede llegar a tener en la industria cinematográfica, al tiempo que supone un legado incuestionable. Sus producciones realizadas en España asumen perfectamente el calificativo de «cine épico» superando cuestiones temáticas, estructurales o genérico-pragmáticas, para alcanzar la propia realización del film incluso antes de que éste sea una realidad tangible. Con una vocación cinematográfica que aúna su faceta de gestor empresarial y la evidente inquietud como autor, construyó sus sueños mediante la recreación de universos míticos, ficciones compartidas como experiencia real, por el imaginario cultural de varias generaciones.

⁸ Nuevamente Parrondo (octubre 2006) nos habla de un sentimiento compartido por muchos profesionales españoles que trabajaron con Bronston.

BIBLIOGRAFIA

Entrevistas propias

Herreros, E. (director del Departamento de Publicidad), agosto y noviembre 2006.

Llovet, E. (encargado del Departamento de Guión en castellano), mayo 2005.

Parrondo, G. (director Artístico), septiembre y octubre 2006.

Sempere, D. (supervisor de Producción), junio 2006.

Fuentes filmográficas (por orden cronológico)

John Paul Jones/El capitán Jones (John Farrow, 1958).

King of Kings/Rey de reyes (Nicholas Ray, 1960).

El Cid/El Cid (Anthony Mann, 1961).

55 Days at Peking/55 días en Pekín (Nicholas Ray, 1962).

The Fall of the Roman Empire/La caída del Imperio Romano (Anthony Mann, 1963).

Circus World/El fabuloso mundo del circo (Henry Hathaway, 1964).

España, plató internacional (José López Clemente, 1969).

Memoria de un pelicularo (L. Mamerto López-Tapia y J. L. Caballero, 2005).

Hemerografía

Corral, J. L., «El Cid. Un héroe necesario», en *Clío*, julio 2006, Madrid, pp. 73-83.

De Prada, J. M., «España de cine/Spain and cinema», en *Un paseo por/A walk around*, <http://www.parador.es/castellano/revista/09/PA09Paseo.pdf>

García de Dueñas, J., «Samuel Bronston, ascenso y caída de un imperio», en *Secuencias. Revista de Historia del Cine*, n.º 9, octubre 1998, Madrid, UAM, pp. 7-26.

Referencias bibliográficas

Aumont, J.; Bergala, A.; Marie, M., y Vernet, M. (1996), *Estética del cine, espacio filmico, montaje, narración, lenguaje*, Barcelona, Paidós.

Borau, J. L. (1998), *Diccionario de Cine Español*, Madrid, Alianza, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.

García de Dueñas, J. (2000), *El Imperio Bronston*, Madrid, Imán, Filmoteca de la Generalitat Valenciana.

— y Gorostiza, J. (2000), *Los estudios cinematográficos españoles*, Madrid, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.

Fernández Mañas, I. (1997), *Gil Parrondo: pasión y rigor*, II Festival de Cortometrajes «Almería Tierra de Cine», Almería, Diputación Provincial de Almería.

García Fernández, E. C. (2006), «La película como producto de una industria», en *Nuevos temas de comunicación* (Monográficos), Madrid, Fundación General de la Universidad Complutense, Ayuntamiento de Madrid.

Gorostiza, J. (1997), *Directores artísticos del cine español*, Madrid, Cátedra, Filmoteca Española.

Guback, T. H. (1980), *La industria internacional del cine* (2 vol.), Madrid, Fundamentos.

López García, V.; Martín Proharam, M. A., y Cuevas Puente, A. (1955), *La industria de producción de películas en España*, Madrid, Secretaría General Técnica del Ministerio de Industria.

Marzal Felici, J., y Gómez Tarín, F. J. (2006), «Interpretar un film. Reflexiones en torno a las metodologías de análisis del texto filmico para la formulación de una propuesta de trabajo», en *Nuevos temas de comunicación* (Monográficos), Madrid, Fundación General de la Universidad Complutense, Ayuntamiento de Madrid.

Rodríguez Merchán, E. (2006), «De *Carmen, la de Triana*, a *La niña de tus ojos*: la búsqueda de una armonía estilística de un modelo cinematográfico populista en el transcurso del tiempo», en *Nuevos temas de comunicación* (Monográficos), Madrid, Fundación General de la Universidad Complutense, Ayuntamiento de Madrid.

Saturnino Ulargui: esbozo de un productor de films de complemento (la producción de cortometrajes en los años cuarenta)

PABLO FERRANDO GARCÍA
Universitat Jaume I de Castellón

203

INTRODUCCIÓN

La comunicación que presento pretende esbozar la figura de Saturnino Ulargui Moreno, por ser uno de los productores más singulares y controvertidos de los años treinta y cuarenta. Aunque también quisiera delimitar el marco de producción en el cual se movió este arquitecto y empresario riojano para valorar en una justa medida su aportación. Sobre todo voy a centrarme en un tipo de producto cinematográfico que, en la década de los cuarenta, gozó de un extraordinario auge: los filmes de complemento. En la actualidad precisamente es un producto audiovisual que está en boga. Así pues, también contrastaremos aquellos modos de producción propios del periodo franquista, donde se trataba de mimetizar la industria hollywoodiense con la actual, en el que gracias a los nuevos medios de comunicación de masas digitales (la diversificación de canales televisivos, así como la efervescente y novedosa difusión de Internet) conoce una época dorada de expansión.

Resulta paradójico comprobar cómo tras la Guerra Civil hubo una importante mediatización del cine nacional por el régimen franquista, a través de una serie de organismos, controles y legislaciones muy severas y, sin embargo, una buena parte de la industria española, así como también la favorable acogida que dispensó el público hacia nuestro cine, permitieron mantener cierta continuidad en los géneros narrativos de sólidas raíces populares (la zarzuela, el cine folclórico, así como la comedia sai-

netesca, la revista musical, etc.), pese a que hubo grandes esfuerzos por borrar toda huella del reciente pasado histórico así como del cine que se hacía entonces. Durante los últimos años de la Guerra Civil, y en clara consonancia con la ideología a la que se adscribía Ulargui, este productor aprovechó un nuevo camino comercial con los países del Eje (Alemania e Italia) a través de la compañía Hispano Film Produktion. Esta compañía fue gestionada por el gallego «Norberto Soliño, representante de la casa Cifesa en Cuba y presidente del Centro Gallego de La Habana» (Gubern, 1994: 292) y recibió el apoyo de dos de los más cosmopolitas cineastas del momento, Benito Perojo y Florián Rey. Realizó cinco películas rodadas en Berlín: *Carmen la de Triana*, *El barbero de Sevilla* (1938), *Suspiros de España* (1938), *Mariquilla Terremoto* (1939) y *La canción de Aixa* (1939). Las dos últimas fueron distribuidas por Cifesa, mientras que el resto por Saturnino Ulargui. Será, no obstante, con Benito Perojo con quien mantendrá una mayor y fructífera relación profesional que concluirá con *Héroe a la fuerza* (1941) tras la adaptación al cine de la novela de Benito Pérez Galdós *Marianela* (1940), premiada en la Mostra de Venecia en 1941.

Quisiéramos señalar, además, que la infraestructura industrial del cine español sufrió una costosa, por no decir complicada, reconstrucción. Después de la interrupción a causa de la guerra fratricida hubo una modesta reconversión bajo el influjo de la Falange española tratando de emular el modelo fascista de Italia y Alemania. Es en este periodo, que podría delimitarse entre los inicios de la dictadura y el fin de la Segunda Guerra Mundial, cuando Saturnino Ulargui desarrolla su máxima productividad profesional y apuesta por la producción cinematográfica (tanto largometrajes como cortometrajes) fundando UFISA (Unión de Films Internacionales, Sociedad Anónima). Gracias a esta nueva sociedad compaginó en la década de los cuarenta la producción y distribución cinematográfica procurando satisfacer los gustos del público, al recobrar el cine populista que tan buenos dividendos le procuró en la República española. A lo largo de esta intensa etapa profesional tendrá ocasión de contar con los realizadores más atractivos del panorama español (Eusebio Fernández-Ardavín, José López Rubio, Edgar Neville, Claudio de la Torre y Benito Perojo) y se esforzará por presentar producciones esmeradas, sugestivas y, sobre todo, con claro tono popular. Desde la comedia, el sainete, la revista musical, pasando por la zarzuela y el flamenco, Saturnino Ulargui no dudó en promover un tipo de producción orientada hacia un público humilde y mayoritario.

Pese a considerarse un hombre conservador y simpatizante con los ideales fascistas, algunas de sus películas, como *Los hijos de la noche* (1941), o los cortometrajes de Edgar Neville que más adelante comentaremos con más detenimiento, *La Parrala y Verbena* (1941), tuvieron algo más que una tibia respuesta por parte de los críticos mussolinianos y españoles. Esto obedece a la flexibilidad que dejaba a los realizadores, cuyo talante más liberal ofrecía sendas contradicciones con el gusto oficial. El arquitecto, productor y distribuidor cinematográfico que nos ocupa es, sin duda

alguna, una de las figuras más relevantes de la historia del cine español, ya que se constituyó en un pionero impulsor del cine nacional hacia el mercado extranjero, propiciado, eso sí, por la complicidad de los países que comulgaban estrechamente con el régimen autoritario español.

PERFIL BIOGRÁFICO Y CARRERA PROFESIONAL

Saturnino Ulargui Moreno viene de una importante y acomodada familia cuya actividad empresarial y política destacó bastante en nuestro país justo cuando el cine comenzó a ser un negocio importante. Su padre se trasladó a la capital de la Rioja para dedicarse al comercio textil. Éste sólo después de casarse (a finales de 1860) con la hija de un rico comerciante logroñés apostó por independizarse. Fue en la década de los ochenta cuando desarrolló una carrera comercial tan fulgurante que le situó, a principios del siglo XIX, entre los más importantes industriales de la ciudad. Creó la Casa de Banca Local como una Sociedad Regular colectiva que se llamó *Hijos de Saturnino Ulargui*¹. Esta nueva actividad bancaria arrancó en 1911 con un capital de 3.000 pesetas y lo promovió con el apoyo de sus hijos. A través de los negocios financieros alcanzó una notable expansión hasta el punto de poder participar en el fomento industrial de la provincia diversificando sus operaciones lucrativas desde la alimentación hasta el textil. Aunque quizás lo más llamativo es que tanto su padre como su hermano Mauricio fueron diputados republicanos por el distrito de Logroño, además de ser firmes defensores de los valores civiles y democráticos. El hermano de nuestro productor cinematográfico, Mauricio, ejerció también como senador republicano.

Así pues, Saturnino Ulargui Moreno proviene de una floreciente generación financiera. Este clima familiar del mundo de los negocios será, sin duda, un elemento que propiciará su propio desarrollo en su vida personal y en su misma carrera profesional. Nace en 1894, en Logroño, y cuando realiza sus estudios de arquitectura nadie podría sospechar que la profesión para la que se había formado le llevaría al mundo cinematográfico:

Tras licenciarse en el curso 1920-21 y proyectar junto al compañero de promoción, el pamplonés Victor Eusa, la sala de fiestas anexa al Casino del Kursaal de San Sebastián, se asoció por doble partida a Secundino Zuazo Ugalde: como arquitectos constructores en Zuazo Ulargui S. L. y en 1924, junto a Máximo Ortiz de Urbina y Heliodoro Antonio Fernández, dentro de la Sociedad Anónima General de Espectáculos Madrid (SAGE), cuya finalidad era

¹ Datos obtenidos en Bermemar.com.

la construcción y explotación, directa o indirecta, dentro o fuera de la capital, de salones de espectáculos —especialmente cinematógrafos— y la compra-venta de materiales relacionados con tal actividad (Sánchez Salas, 1998: 871-872).

Curiosamente, el primer encargo que emprende la sociedad limitada (SAGE) en la que participaría, junto a su compañero de estudios, sería el Palacio de la Música de la Gran Vía, de Madrid. Su inauguración fue en 1926, año en el que comenzó a involucrarse en la distribución cinematográfica, proporcionando a nuestro país, por primera vez, películas de la histórica UFA. Dos años más tarde, la empresa distribuidora de Ulargui impulsará su incipiente negocio a través de la British International Pictures. Gracias a estos contactos internacionales disfrutará de un periodo empresarial tan favorable que le permitirá experimentar con el cine sonoro. De esta apuesta arriesgada salió una producción realizada en Londres, en colaboración con la Sociedad Independiente de Saint Margaret (de Twickenham), unos estudios de sonido limitados técnicamente.

A todo esto las dificultades que tiene la industria cinematográfica española con el paso del mudo al sonoro se hacen notar en *El misterio de la Puerta del Sol* (1929), de Francisco Elías, película que trató de sorprender con la captación de ruidos ambientales y diálogos ingeniosos, si bien todavía tenía bastante fragmentos que eran mudos y estaban apoyados con rótulos explicativos de la acción narrativa. La carencia de infraestructuras obligó a algunos cineastas inquietos, como Benito Perojo, a marchar a París o Berlín para rodar en aquellos estudios películas como *El embrujo de Sevilla* (1930) o *La bodega* (1930).

A los tremendos obstáculos que presentó la producción habría que sumar los de la exhibición, en donde los múltiples sistemas de proyección que comenzaron a llegar a España dificultaron bastante una incorporación progresiva del sonido en las salas. Se trató de persuadir a los proyeccionistas para que se adaptaran a los nuevos sistemas sonoros. Salvo los empresarios con más recursos, la inmensa mayoría de las salas españolas se vieron obligadas a seguir exhibiendo cine mudo durante varios años. Sólo poco a poco, el cine sonoro, las películas habladas en español que producen los estudios de las grandes productoras en Hollywood y París, irá encontrando su salida comercial en las salas de las grandes ciudades. Las versiones originales en español, al igual que las películas subtituladas, al final se difundirán por las salas españolas a mediados de los años treinta.

Paralelamente a estos avatares de adaptación tecnológica del cine sonoro, Ulargui siguió ejerciendo de arquitecto levantando nuevas salas cinematográficas: los cines Actualidades (1933) y también Actualidades 2 (también llamados cine Educativo, 1934), ambos edificios ubicados en Madrid. Además, continuó el ambicioso proyecto de desarrollar sus colaboraciones con Alemania a través de la Hispano Film Produktion, y con Italia mediante la película *Los Hijos de la noche/I figli della notte* (1939), en cuyo argumento él mismo participaría.

La audaz iniciativa de Ulargui, dada su precocidad comercial con el cine sonoro, fue *La canción del día*, titulada también *Spanish Eyes*, realizada por el inglés George Bert-hold Samuelson, un profesional de muy larga trayectoria que llegó también a producir casi un centenar de filmes (desde la Primera Guerra Mundial hasta finales de los años veinte). Además de productor, fue guionista y realizador, y entre las películas de mayor éxito cabe destacar las que realizó en el género de intriga: *The Callbox Mystery* y *The Wickham Mystery*, en 1931. Un año después de estos filmes, Samuelson hizo *La canción del día*. De modo que cuando se le contrató para hacer esta producción el cineasta británico atravesaba ya un periodo de madurez. Sin embargo, creemos que, al trabajar con un material narrativo tan ajeno como es el musical del de Pedro Muñoz Seca y Pedro Pérez Fernández, no debió de estar nada cómodo en la realización del filme. Por ello mismo resulta poco extraño el sonoro fracaso de la atrevida propuesta. La película se registró con el sistema técnico RCA Photophone, cuyo coste económico ascendió a 11.000 libras esterlinas, y el capital fue aportado, entre otros, por Saturnino Ulargui, que a la sazón figuraba en los títulos de crédito como arquitecto.

La canción del día/Spanish Eyes (1930) se estrenó en España sin pena ni gloria. No obstante, para la fusión de SAGE no supuso una gran pérdida económica, pues en estas mismas fechas ésta ya contaba, a lo largo y ancho de nuestro país, con más de 30 salas de exhibición equipadas con la nueva tecnología sonora. Digámoslo de otra manera: Saturnino Ulargui, consideró este proyecto con el mismo criterio que asumiera un par de años atrás la Warner cuando echó a fondo perdido *El cantor de Jazz* (1928).

Un año después del estreno en España de *La canción del día*, Ulargui abandonó la distribución de UFA, ya que fue a parar a manos de la «ACE, la Alianza Cinematográfica Española, gestionada por Manuel Carreras y Pedro Vallescar» (Sánchez Salas, 1998: 872), ambos socios capitalistas de *La canción del día*. Tras perder la relación comercial con la prestigiosa compañía alemana UFA, Ulargui logró negociar la distribución de Cine-Allianz Ton-Film y fundar una de las empresas más sólidas de su carrera profesional: U-Films. Dicha compañía sirvió no sólo para distribuir filmes extranjeros, sino también para respaldar una producción nacional, desde los estudios Orphea, ubicados en Montjuïc (Barcelona), en «un palacio de la Exposición de 1929, gracias al voluntarismo de Francisco Elías y de su socio francés, Camille Lemoine, quien importó de Francia el equipo técnico alquilado» (Gubern, 1997: 363).

Estos estudios tienen su importancia dado que fueron los primeros en instalar el equipo técnico sonoro dentro de nuestro país. Elías consiguió persuadir a Lemoine para que permaneciera durante un tiempo en Barcelona con el fin de poder captar a productores españoles y así rentabilizar los estudios sonoros. El largometraje de José Buchs *Carceleras* (1932) se considera el primero en hacerse con sonido directo en español. Orphea no sólo centrará sus esfuerzos en la producción sonora, sino también en su distribución a partir de 1933 y será «responsable de que el cine español de los

años treinta fuese un cine bicéfalo, con doble capitalidad, en Madrid y Barcelona» (Gubern, 1997: VII, 364).

Además, dichos estudios favorecieron la acogida de una gran cantidad de profesionales de origen judío que, huyendo de la barbarie nazi, se incorporaron a la nómina de trabajadores para los mencionados estudios sonoros. Entre ellos podríamos señalar al iluminador Willy o Guillermo Goldberger, el guionista Winterstein, el ex montador Geza Pollastchik, el músico Manfred Gurlitt y el operador que trabajó para Fritz Lang en *Metrópolis*, Eugene Schüfftan.

El arquitecto, productor y distribuidor riojano, principal responsable de U-Films, ubicó en Madrid, en la calle de Antonio Maura, 16, las oficinas centrales. Pero también contó con diferentes delegaciones repartidas por la geografía española (Barcelona, Valencia, Bilbao, Tenerife, Palma, Coruña y Sevilla) para desarrollar un mayor control de la distribución y, con ello, obtener también un mejor lanzamiento comercial de las películas que producía. Asimismo, mientras proponía nuevos proyectos nacionales, al mismo tiempo trató de promover el cine extranjero en nuestro propio país. Se había dado la paradoja en la actividad empresarial de Ulargui de que, durante nuestra contienda civil, simultáneamente producía películas en Alemania, bajo el gobierno nacionalsocialista, y distribuía películas soviéticas para la zona republicana; un ejemplo de ello fue «*La tormenta (Groza)*, dirigida por V. Petrov en 1933, y anunciada con el ambivalente lema de la primera película comercial producida por el Soviet» (Sánchez Salas, 1998: 872).

Es necesario destacar que, tras el amparo de los estudios Orphea, Saturnino Ulargui participó en la producción de *El malvado Carabel* (1935), dirigida por Edgar Neville, versión cinematográfica atractiva de la novela homónima de Wenceslao Fernández Flórez. Fruto de esta colaboración, el arquitecto y productor riojano volvería a llamar a Neville, cinco años después, para los cortometrajes *La Parrala* y *Verbena*, además de intervenir junto al cineasta italiano Pier Luigi Faraldo² en la coproducción italo-española *La muchacha de Moscú/Sancta Maria* (1941). Con Edgar Neville ya no volvió a trabajar, pero la última colaboración cinematográfica con Italia, y en pleno régimen de Mussolini, fue *Sin novedad en el Alcázar/L'assedio dell'Alcazar* (A. Genina, 1940). Una vez terminada la Guerra Civil, nuestra industria cinematográfica se recuperó con relativa rapidez emprendiendo una intensa actividad en tres direcciones: por un lado, a través de las productoras, ya que irrumpieron en el mercado español una gran cantidad de compañías, algunas de ellas de espíritu ambicioso y con proyectos estimulantes.

² Sólo tiene cuatro películas en su haber como realizador, además de la citada: *Uragano ai tropici* (1939), *L'Affare si complica* (1942), *La Vita torna* (1943) y *Tragico ritorno* (1952). Ha colaborado también con Alessandro Blasetti en la categoría de ayudante de realización para la película *Ettore Fieramosca* (1938).

En el otoño de 1940, Saturnino Ulargui dio un paso importante al fundar UFISA (Unión de Films Internacionales, Sociedad Anónima). La fundación de esta nueva compañía posibilitó una producción en clara sintonía con los gustos y deseos del espectador contemporáneo. Por ello se contrató a José López Rubio. Se encargaron a este escritor, cineasta y amigo de Edgar Neville, tres películas que complacieran los gustos de un público deseoso de divertirse: *La malquerida* (1940), *Pepe Conde* (1941) y *Sucedió en Damasco* (1942). También UFISA contó con la colaboración de Eusebio Fernández-Ardavin para el filme titulado *La florista de la Reina* (1940). Y, por último, la participación de Benito Perojo, su principal valedor, que realizó las dos últimas películas antes de viajar a Argentina: *Marianela* (1940) y *Héroe a la fuerza* (1941). Finalmente, tenemos que decir que el largometraje no fue el único producto cinematográfico que desarrolló Ulargui en esta nueva etapa profesional. Abrigada al calor de la recién constituida UFISA, también se fijó en las pequeñas películas de complemento para cubrir la programación de las salas cinematográficas. Aprovechó la circunstancia de que se abrió uno de los periodos más prósperos para el cortometraje español. Fiel a su avezado instinto comercial (no en vano se formó en el seno de una familia bien ubicada en el mundo de los negocios), advirtió una nueva fórmula comercial que contribuyera a renovar sus productos. El resurgimiento de esta nueva opción obedecía, por un lado, a un serio esfuerzo por emular a las *majors* norteamericanas. El público estaba falto de horizontes vitales después de haber sufrido la traumática Guerra Civil y necesitaba airearse con el esparcimiento y el cine era un buen medio para alienarse de la cruda realidad a la que se enfrentaba. Se trataba, en definitiva, de ampliar la cartelera en las mismas salas de exhibición, obligando al público a un mayor consumo. Consolidaba el propio negocio promoviendo otro tipo de ofertas que pudieran acomodarse a la misma programación.

No olvidemos que el medio cinematográfico estaba cobrando, por otro lado, una pujanza importante en los hábitos sociales del español y la radio comenzaba a quedarse poco a poco relegada. Ulargui, consciente de esta situación, contribuyó a impulsar esta nueva forma de consumo y apostó por la producción del cine de complemento. La respuesta a dicha iniciativa fue el cortometraje *A la lima y al limón* (1941) dirigida nuevamente por José Luis López Rubio. Sin embargo, ésta no fue la única, pues más tarde preparó una serie que vendría a titularse *Canciones*, donde ofrece «pequeñas dramatizaciones fílmicas inspiradas en populares canciones de la época, con el fin de utilizarse como complementos de programa»³. Para este proyecto contactó con Edgar Neville, José Luis Rubio y Claudio de la Torre, mediante UFISA. Se trató de cortometrajes que buscaban un prestigio profesional imitando claramente el proceso de producción de la industria hollywoodiense: el uso de los estudios; la

³ Pérez Perucha, J. (1996), *Historia del cortometraje español*. XXVI Festival de Cine de Alcalá de Henares.

producción, distribución y exhibición filiales o propietarias de la misma compañía; la formación de una plantilla fija de técnicos y artistas; el esfuerzo por seguir una eficaz fórmula comercial al recurrir a temas musicales muy populares, así como la aplicación del *Star System* mediante el contrato de intérpretes y cantantes de renombre: Maruja Tomás, Manuel Dicenta, Amalia de Isaura, José María Lado, Antonio L. Estrada, Ana M.^a Quejada.

Será a finales de la década de los cuarenta cuando, a causa de serios problemas para la adquisición de material de distribución debido al excesivo oportunismo por parte de algunas compañías españolas, como las de Ulargui (SAGE y U-Films), de buscar la complicidad comercial con los nazis y los fascistas italianos, cuando comienzan a experimentar un paulatino declive hasta llegar a desintegrarse las sociedades comerciales constituidas por el arquitecto y productor riojano, que fallecerá el 25 de agosto de 1952.

LOS FILMES DE COMPLEMENTO: «VERBENA» Y «LA PARRALA»

Si consideramos que el principal cometido de la figura del productor es el pleno control del medio en el que se mueve, resulta necesario desde la lógica empresarial el conocimiento del destinatario para una optimización de los medios y, además, obtener así unos favorables beneficios que puedan costear los gastos de producción y engrosar el capital. José G. Jacoste afirma de manera muy sencilla que el trabajo del productor reside precisamente en la capacidad que pueda llegar a tener para interpretar los deseos del público. Con tal información el empresario cinematográfico llegará a persuadir o disuadir, según sea el caso, a los principales creadores de la película con el fin de resolver la inercia del propio mercado.

En nuestro caso particular, la satisfacción de los deseos de los espectadores en las décadas de los treinta y cuarenta contenía una afirmación implícita: Ulargui consideraba el cine como un producto comercial masivo. Será, pues, en esta disyuntiva en la cual Saturnino Ulargui procure moverse. Por un lado, valoró lo que el público de su época quería ver en las grandes pantallas, pero, por otro lado, se esforzó en ajustarse a la verdadera realidad del mercado con objeto de no entregarse por entero a una imprevisible reacción popular. Recordemos que las películas de mayor calado social en el periodo que estudiamos ahora remitían al cine que se hacía en la II República, es decir, a la comedia costumbrista y social, al mundo sainetesco, a la zarzuela, la imaginiería andaluza y castiza, etc.

Además de esta fuerte dependencia con el público, Ulargui debía asumir una serie de factores tanto económicos como políticos y sociales. Y, por añadidura, tenía que competir con otras grandes empresas del momento que eran productoras y distribuidoras (Cifesa, Suevia Films, Filmófono). El hecho de que pudiera actuar en dos de los

sectores del medio (Producción y Distribución) y contar con el beneplácito de algunas de las salas de las cuales había contribuido a su edificación, por su condición de arquitecto, le aseguraba frente a posibles pérdidas o fracasos comerciales. Pero esta iniciativa es cercana al proyecto llevado a cabo por la Warner *El Cantor del Jazz* (1928) de Alan Crosland. La Warner consideró a fondo perdido el experimento sonoro y no fue, como se ha creído hasta hace muy poco, la firme apuesta por superar una crisis empresarial⁴.

De manera que el productor hizo de intermediario entre dos elementos: el público y la cuestión pecuniaria. Esto nos lleva al motivo por el cual el empresario cinematográfico se lanzó al vacío en proyectos tan inciertos como arriesgados. Gestionar y crear películas significó asimismo un gesto de complacencia personal para el productor y para un grupo reducido de gente próxima a él. Por otra parte, también debía acometer ese papel de promotor. Tenía que diseñar, impulsar, coordinar y controlar todos los elementos precisos para la consecución del proyecto:

Esta función primordial del trabajo de producción caracteriza básicamente al productor cinematográfico, que nos aparece como prototipo de cinematografías estructuralmente tan dispares como son la norteamericana y la de los países comunistas. En otros lugares, la calificación de productor suele estar fundada más en la asunción del riesgo económico de producción que en la labor de experto. Se tratará, pues, de las dos categorías extremas en las que la Ciencia Económica de la Empresa suele encuadrar la figura del empresario: *empresario de riesgo y empresario decisión* (Jacoste, 1996: 12).

En definitiva, Ulargui se enfrentó a un conflicto permanente: por un lado, el riesgo financiero, y por otro, su trabajo de creación dentro del proceso de elaboración de la película. Máxime cuando la Administración franquista no cesaba de colocar constantes trabas burocráticas y legales para la materialización del proyecto.

No obstante, Ulargui disfrutó en la década de los cuarenta de una favorable circunstancia: la buena acogida dispensada por un público que estaba entusiasmado por la llegada del cine sonoro, con lo cual ayudó al crecimiento industrial y a la ampliación de nuevas fórmulas de consumo. El cortometraje de ficción fue sin duda una aportación a esta circunstancia positiva. La irrupción de este producto permitió ampliar la programación de las salas de exhibición y potenciar el desarrollo industrial del medio.

Para esta época dorada, en la que el cine se convirtió en el entretenimiento popular más masivo, se dispuso de una serie de opciones que ayudaron a confeccionar una variada programación en la misma sala. Dichas posibilidades estaban condicionadas

⁴ Allen, R. C., y Gomery, D., *Film History: Theory and Practice*, Alfred A. Knopf, Nueva York (1985)/ *Teoría y práctica de la historia del cine*. Ed. Paidós. Barcelona (1995).

por la presión comercial ejercida por la productora y la distribuidora, además de conocer el tipo de cine donde se pudiera exhibir las películas. Esto quiere decir que una sesión en el estreno de una película venía acompañada por una serie de complementos cuya duración podía alcanzar entre media hora y cuarenta minutos⁵. Para ello se contaba con un noticiario, dibujos animados, documental y un cortometraje de ficción de dos rollos de película (unos veinte minutos). En cambio, difería el criterio cuando se trataba de un programa doble de reestreno al proyectarse dos películas de duración convencional y un noticiario. Aunque también podía darse la situación de exhibirse un filme, que era el grueso del programa y posteriormente se pasaba uno de serie «B» con una hora de duración, más luego una serie de complementos que ayudaran a cubrir el tiempo de espectáculo cinematográfico habitual en el programa de una sala de cine. Habría que señalar, además, la existencia de algunos cines especializados en proyectar sólo cortometrajes y alternando a veces con filmes de reestreno. En Madrid, por ejemplo, según nos cuenta Pérez Perucha, el Cine de Actualidades solía efectuar este tipo de programación.

Ante esta situación, no son de extrañar las medidas proteccionistas que se dieron el 10 de diciembre de 1941, rubricadas de nuevo tres años después. Esta Orden Legal exigía a los exhibidores programar complementos españoles en cada sesión. Si bien, como veremos más adelante, tan sólo duró apenas una década.

Esta práctica popular de exhibición de cortos se mantuvo hasta la paulatina implantación del espectáculo televisivo, quien a su vez absorbió algunos de los modos de programación cinematográfica para amoldarlos al nuevo medio electrónico. Lo que resulta paradójico es el hecho de que se produjo durante los años cuarenta una amplia producción de cortometrajes de ficción y de otros géneros cuyo formato se asemejaba a éstos, para servir de aditamento en la programación, y sin embargo poco a poco fueron ignorados y olvidados. Máxime cuando la televisión necesitaba fagocitar de forma incesante imágenes para un público que cada vez tenía más adeptos.

Entre los géneros que más desarrollo tuvieron durante el periodo que estudiamos (años cuarenta) destacaríamos los cortometrajes de animación y documentales. Los breves filmes cómicos se basaron en la escenificación de una anécdota breve, aunque las pequeñas películas musicales tuvieron igualmente un éxito considerable. Estamos hablando en concreto de relatos reducidos a la mínima expresión y acompañados con números de tonadillas, incluso combinados con elementos melodramáticos o con escuetas tramas policíacas. Una ilustración de cuanto acabamos de señalar la encontramos en las nueve películas cortas que produjo Saturnino Ulargui con la colaboración de Edgar Neville, José López Rubio y Claudio de la Torre. Todas ellas eran melodramas musicales con pequeñas gotas de comedia o de intriga y disfrutaban de la

⁵ Pérez Perucha, J. (1996), *Historia del cortometraje español*. XXVI Festival de Cine de Alcalá de Henares.

presencia de Maruja Tomás (famosa y atractiva tonadillera que fue amante del productor riojano) y de Miguel de Molina. Entre las que podríamos destacar de mayor interés son *Verbena* (1941), *Rosa de África* (1941) y *Manolito Reyes* (1944), dirigidas por los cineastas respectivamente mencionados arriba. Pero *La Parrala* (Edgar Neville, 1941) es otro de los cortos que se confeccionaron bajo los auspicios financieros de Ulargui y también es digno de reseñar. Este corto sirvió de complemento con el estreno de la película de Francisco Gargallo, *El sobre lacrado* (1941).

Como ya hemos señalando antes, *Verbena* y *La Parrala* formaban parte de un conjunto de producciones cuyo título, *Canciones*, hacía clara alusión a la dramatización fílmica de una serie de temas musicales muy populares de aquella época. Los dos cortometrajes indicados todavía hoy nos sorprenden por su audacia estética y su extraordinaria calidad profesional. Para empezar, ambos podrían ser considerados «precursores de los actuales *videoclips*» (Hernández Eguiliz, 1999: 46). *Verbena* se aleja del formato standard de la época debido a su excesiva duración (son treinta minutos, cuando lo habitual era, como mucho, veinte). Está inspirada en un cuento del propio Neville titulado *Stella Matutina* y publicado en el volumen *Música de Fondo* (1936). Aunque el texto literario se movía en unos parámetros más vanguardistas, cercano al universo de Jardiel Poncela y Gómez de la Serna, Neville lo adaptó a las imágenes impregnándolas de un oscuro costumbrismo gracias a la combinación del melodrama con una ligera trama policíaca, «generando así una curiosa mixtura genérica» (Ferrando, 2001: 58-60). Sus rasgos significantes y su densidad metafórica muestran una insólita Madrid apesadumbrada, melancólica y callada, a través de una verbena convertida en el microcosmo de la ciudad.

La Parrala cuenta con apenas un cuarto de hora y, de igual forma que en el corto anterior, la historia es intertextualizada a través de las canciones igualmente compuestas por Quiroga y De León, pero en las que también colaboró Xandro Valerio. En este caso el argumento está reducido a la mínima expresión y sus resultados finales son algo más pobres respecto a *Verbena*. Sin embargo, este cortometraje, no exento de curiosidad, presenta un tratamiento melancólico por medio de una atmósfera algo más realista que la anterior y cuyas coplas populares van formalizando el enunciado visual: un crimen cometido por Trini, la hija de «La Parrala», que asesina por resentimiento a su amante y al final será detenida por la policía en la misma taberna en la que se escuchan las coplas. Se trata de un corto que puede adscribirse a los presupuestos artísticos del cineasta madrileño, pero que tuvo una respuesta muy negativa por los censores⁶. Puede constatarse el escaso provecho que disfrutó este tipo de producto desde las instituciones franquistas, pero cuya máxima aspiración era recuperar los rasgos culturales españoles que pudieran ser perfectamente identificables para el público del momento.

⁶ AGA, permiso de rodaje *La Parrala*, C/5510. Exp. 450-41.

Conforme siguieron los años de esta década, el cortometraje comenzó a sufrir un importante declive debido a múltiples causas: desde las económicas, ya que eran cada vez menos rentables, pasando por las industriales (porque iban quedando más desprotegidos ante la importación y el doblaje), las políticas (a causa de la hostilidad hacia el complemento de ficción frente al apoyo de la animación y el documental), administrativas (nula concesión de créditos y premios por parte del Sindicato Nacional del Espectáculo), burocráticas (los exhibidores cada vez prestaron menos atención a las leyes proteccionistas de 1941 y 1944). La irrupción del NO-DO, en 1943, que paulatinamente iría imponiéndose con más fuerza, supuso el tiro de gracia.

Si nos hemos acercado a Saturnino Ulargui es porque fue una de las más interesantes figuras y principales impulsores de este formato cinematográfico desde el mismo ámbito profesional e industrial. Algo que hoy puede sorprendernos sobremanera al comprobar cómo este producto, nuevamente en auge, ha cambiado su *status* profesional para convertirse, por un lado, en mero ejercicio y así poder catapultar al futuro cineasta en cierne que desarrolle sus cualidades artísticas y técnicas ya en el largometraje. La figura del productor, en el marco de la categoría profesional, curiosamente, tampoco se molesta en impulsar proyectos de cineastas ya consagrados para elaborar películas de corta duración. Todo lo más, los cortos realizados por aventajados y ya diestros cineastas servirán para avalar el currículum de una trayectoria que garantice un futuro potencialmente atractivo para el mercado cinematográfico⁷. Si consideramos, además, que el equipamiento digital ha reducido en gran medida los costes de producción a una calidad próxima a la profesional, con lo cual permite una mayor democratización de los medios audiovisuales (gracias a la simplicidad operativa), se tendría que aceptar la enorme potencialidad que ello supone. Es, sin duda alguna, el privilegiado respeto que la sociedad actual de la era de la información ha asumido al medio televisivo y a la imagen (como un virtual real) convertida en objeto de culto, y consiguiendo en ocasiones suplantar a la realidad. Esta nueva situación puede explicar esa predilección de las jóvenes generaciones por la creación de pequeños productos audiovisuales. La diversificación de canales televisivos, la efervescente difusión de Internet y, además, la posibilidad de contar cualquier usuario doméstico de un equipamiento audiovisual con un alto nivel de sofisticación tal que puede llegar a ser similar al que se emplea en el ámbito profesional.

Sin embargo, existe también una preocupante inclinación por convertir la imagen en mero artificio espectacular, sin llegar a establecer vinculaciones estrechas a las raíces culturales y sociales y que, con ellas, permitan servir de mero reflejo especular a la propia realidad del momento. En claro contraste a cuanto acabo de referirme, podría

⁷ Podíamos destacar la proliferación de películas colectivas en las que se ha llamado a diversos directores para realizar, cada uno bajo un tema concreto, su versión narrativa y cinematográfica: *Ten minutes Older, Eros, 11 September*.

decirse de Saturnino de Ulargui que fue un hombre enteramente profesional cuyos trabajos estaban muy en sintonía con los gustos del público, pero sin olvidar el envoltorio formal y cultural que debieran presentar. Sin olvidarnos tampoco de que, como habilidoso hombre de negocios que era, fue extremadamente oportunista con los aires políticos que soplaban. Así pues, el modelo de referencia para entender el papel y la figura de Ulargui creemos que puede ser Cecil B. de Mille.

BIBLIOGRAFÍA

- Castro de Paz, J. L. (2005), «Edgar Neville. Vanguardia, sainete, guerra. De la dificultad de un costumbrismo crítico en el primer decenio posbélico». *Cortos pero intensos. Las películas breves de los cineastas españoles*, XXXV Festival de Cine de Alcalá de Henares, Comunidad de Madrid.
- Hernández Eguiliz, A., «Saturnino Ulargui y un joven director llamado Neville», *Edgar Neville*: 100, *Nickeleodeón*, n.º 17 (invierno 1999).
- Ferrando García, P. (2001), «Espejo solidario de la clase popular: *Verbena* (1941), *La Parrala*». *La madriguera de El viejo topo*, n.º 157, octubre.
- Gubern, R. (1994), *Benito Perojo. Pionerismo y supervivencia*, Madrid, Filmoteca Española.
- (1997), *El cine sonoro español (1930-1939). Historia General del Cine. Volumen VII. Europa y Asia (1929-1945)*, Madrid, Cátedra.
- Herederó, C. F. (1996), *España bajo el franquismo: imágenes parásitas y resistencia crítica. Historia General del Cine. Volumen VII. Europa y Asia (1929-1945)*, Madrid, Cátedra.
- Jacoste Quesada, J. G. (1996), *El productor cinematográfico*, Madrid, Editorial Síntesis.
- Pérez Perucha, J. (1996), *Historia del cortometraje español*, XXVI Festival de Cine de Alcalá de Henares.
- Sánchez Salas, B. (1998), *Ulargui, Saturnino. Diccionario del Cine Español*, dirigido por José Luis Borau, Madrid, Alianza Editorial.

Dwain Esper: en los suburbios de la producción cinematográfica

JOSÉ RAMÓN GARCÍA CHILLERÓN
Universidad de Murcia

INTRODUCCIÓN

En los años veinte, treinta y cuarenta las drogas eran comúnmente representadas en los carteles de las películas mediante las formas más efectistas que se asociaban al mal. Así el espectro de imágenes siniestras asociadas a los estupefacientes es muy amplio, abarcando desde las clásicas calaveras de gesto lúgubre a amenazantes serpientes enroscadas sobre sí mismas. Sin olvidar aquellas donde caballeros elegantes de aspecto mefistofélico comparten sospechosos cigarrillos con alguna «mujer perdida» (e invariablemente voluptuosa).

El sensacionalismo del que hace gala dicho imaginario resulta muy revelador acerca de la actitud que las autoridades, y por extensión la industria del cine, tenían respecto al tema de las drogas durante esta época. La implantación de la férrea censura impuesta por el puritano Código Hays desde 1930 a 1956¹ trajo consigo la prohibición, entre otras muchas, de mostrar el consumo de estupefacientes en la gran pantalla. De manera que el tema de las drogas y la adicción a las mismas fueron obviados por Hollywood durante sus años dorados. La intención de estas medidas represivas

¹ El Código Hays perduró hasta 1968, pero a partir de 1956 se volvió mucho más permisivo respecto a la representación del consumo de drogas y sus efectos en la pantalla.

impuestas por «el zar del cine», como se apodaba a Hays, era la representación de una sociedad idílica basada en el llamado *American Way of Life*, un modelo de vida tan apacible como ficticio. En palabras de Román Gubern:

Su objetivo final es que las películas americanas presenten una sociedad inmaculada, confortable, justa, ponderada, estable, aséptica y tranquilizante, en donde la lacra y el error son sólo pasajeros y accidentales².

Sin embargo, aunque el Hollywood clásico le diera la espalda a las drogas (únicamente en las ficciones cinematográficas, claro), éstas estuvieron presentes en los argumentos de otras películas más modestas que suplían sus carencias económicas y la falta de grandes estrellas en su reparto con la introducción de aquellas cosas no permitidas por la industria del cine oficialista (drogas, desnudos, violencia) y que, en consecuencia, avivaban el morbo y los bajos instintos de un público masivo. Por tanto, los ingredientes del *exploit* clásico son los anatemas del sistema de estudios. Con este caldo de cultivo no es de extrañar que este tipo de producciones baratas³, prófugas y disidentes se revelaran como una lucrativa alternativa necesaria para satisfacer el afán morboso del público americano.

El llamado cine *exploitation*, que tuvo como principal representante a Dwain Esper, tiene su origen precisamente en la década de los treinta. Surge en los llamados *medicine shows* que se hacían en las ferias itinerantes, donde se proyectaban lo que se llamaban películas médicas, aunque en realidad no eran más que exhibiciones sensacionalistas que se amparaban en esta fachada pseudocientífica.

LA EDAD DORADA DE LAS PELÍCULAS *EXPLOITATION*

La imposición definitiva del llamado *Motion Picture Production Code*, comandado por Will Hays, donde se especificaba que el tráfico ilegal de drogas jamás debía ser mostrado en ninguna de sus formas en la pantalla, fue el desencadenante de esta proliferación de productores, exhibidores y directores subterráneos que intentaban sacar tajada del morbo que despierta todo lo prohibido. De manera que las películas *exploit* son el fruto directo de los tabúes creados por el Código Hays.

Para captar a su público los profesionales del *exploit* suplían su precariedad económica con lo único que las películas *made in Hollywood*, a pesar de tener todos los medios a su alcance, no podían mostrar, es decir, la sagrada familia de toda película *exploit* que se precie: desnudos, violencia explícita y, por supuesto, drogas.

² Gubern, R., *Historia del Cine*, Editorial Lumen, Barcelona, 1989 (sexta edición 2005), p. 211.

³ Hemos de advertir aquí que una película *exploit* resultaba mucho más económica que el film de serie B más barato producido en el seno de los estudios durante el Hollywood clásico.

Los llamados *The Forty Thieves* (los cuarenta ladrones) eran los que controlaban el circuito clandestino de distribución *exploit*. Los *Forty Thieves* conformaban una suerte de estudio proscrito que suponía una alternativa forajida a la ofertada por los canales de distribución convencionales que estaban controlados por las grandes *majors*. Esta mafia de la exhibición contaba con personalidades tan dementes como S. S. «Steamship» Millard, Howard «Pappy» Golden, Kroger Babb y Dwain Esper, al que dedicaremos especial atención por ser el autor de los dos grandes clásicos del *exploit* tóxico: *Narcotic* (1932) y *Marihuana* (1935), además de tratarse del más significativo de todos los *exploiters* pioneros que fueron.

Otra de las características de los *Forty Thieves* era la ductilidad que otorgaban a sus productos. Si cualquiera de ellos lo consideraba adecuado, tenía libertad para remontar la película, añadir nuevas escenas (rodadas para la ocasión o extraídas de cualquier sitio), con la finalidad de obtener mayores beneficios en taquilla. Era ésta la forma que tenían los pioneros del *exploit* de satisfacer las variadas necesidades morbosas del público con el que se iban cruzando en su peregrinaje distribuidor.

El *exploit* desde sus inicios ha sido un cine exiliado de los circuitos comerciales habituales que da lugar a sus propias maneras de distribución partiendo del *roadshow*: exhibición itinerante llevada a cabo por uno de los *thieves* que se encargaba de trasladar las latas de celuloide en su propio coche por los pueblos de la América más profunda y de llegar a acuerdos sobre el porcentaje de taquilla con los propietarios de las salas o de alquilarlas para proyectar sus películas. Los primeros maestros del *exploit* mantienen así sus espectáculos en el ambiente nómada de las barracas de feria, hábitat primigenio del cinematógrafo, y de esta manera consiguen (involuntariamente) desacralizar la recepción del espectáculo cinematográfico.

DWAIN ESPER: EL PRODUCTOR FORAJIDO

Dwain Esper (1892-1982), conocido como el Rey de los Gitanos del Celuloide, era un hombre multidisciplinar, un Michelangelo del *exploit* fundacional. Esper es el representante del *roadshow* más primitivo: él viajaba solo con sus películas y ejercía de hombre-orquesta desempeñando labores de productor, director, agente, transportista y proyeccionista. Fue uno de los *exploiters* con más fama entre sus coetáneos porque sus películas no necesitaban de ninguna falsa coartada educacional para ofrecer la carnaza demandada por el público y sus imágenes siempre estaban a la altura de lo prometido en las sensacionalistas campañas publicitarias.

Su filosofía como productor se fraguó en los rodajes de algunos de los *westerns* más baratos de la etapa muda (1.200 dólares de presupuesto y dos días de rodaje) en los que participó durante los años veinte. Sin embargo, no fue hasta la década de los treinta cuando debutó como productor independiente. A él se deben dos de los *exploit* clási-

cos, hoy considerados como obras de culto, que supieron sacar mayor provecho de la paranoia social creada en torno a la drogodependencia: los ya mentados *Narcotic* y *Marihuana*. Otra aportación importante de Esper al subgénero del sensacionalismo tóxico, como ha bautizado el historiador de cine *trash* Jordi Costa a estas películas *exploit* de temática narcótica, es la de haber adquirido el documental *Tell your Children*, financiado en 1936 por una pequeña parroquia de Los Ángeles, para alertar a los más jóvenes de su congregación sobre los peligros de la marihuana y, tras modificar la trama e insertar algunas secuencias donde se mostraba a hombres enloquecidos y mujeres sexualmente desinhibidas después de fumar la «hierba asesina», convertirlo en *Reefer Madness* (1938, Louis J. Gasnier), que en la década de los setenta se convirtió en título de culto después de que fuera adquirida por Keith Stroup, líder de la Organización Nacional para la Reforma de las Leyes Antimarihuana, al ridículo precio de 297 dólares para exhibirla como contrapunto irónico en una gala a favor de la legalización de la planta.

Pero quizás la joya de la corona de la filmografía de Esper, por encima incluso de sus míticos *exploits* centrados en azuzar el pánico general instaurado alrededor de las drogas, sea *Maniac* (1934), posteriormente rebautizada como *Sex Maniac* en un intento por relanzar su no muy boyante carrera comercial inicial. La película es un *exploit* modélico que fusiona los esquemas del subgénero adscrito al fantástico de películas con *mad doctor*, revitalizado en aquellos años gracias a la buena acogida popular de los clásicos del terror producidos por la *Universal*⁴, con ideas plagadas de los relatos extraordinarios de Poe⁵. El remate de este conglomerado *exploit* lo aportan algunas imágenes de impacto, en este caso una violación y la ingesta del globo ocular de un gato, para apaciguar la demanda de demencia exigida por la audiencia. La apropiación de títulos preexistentes es un recurso muy utilizado por los cineastas *exploit*, ya que así se ahorran el trabajo de filmar esa parte del metraje y además sale mucho más barato. En *Maniac*, Dwain Esper usa fragmentos de *Maciste in Hell* (1925, Guido Brignone), un antiguo film de la época de las grandes producciones italianas mudas, para mostrar los pensamientos dementes del personaje que da título al film.

⁴ Encontramos el germen estructural del arquetipo del *mad doctor* en la famosa novela de Mary Shelley que precisamente tuvo su más celebre adaptación cinematográfica en uno de los títulos clave en la fundación de la galería de monstruos de la *Universal*. Evidentemente, nos referimos a *El doctor Frankenstein* (*Frankenstein*; James Whale, 1931). La figura del *mad doctor* volverá a estar presente en *El hombre invisible* (*The Invisible Man*; James Whale, 1933), donde Whale se las veía con el original homónimo de H. G. Wells, otro clásico de la literatura fantástica.

⁵ En este caso de «Los crímenes de la calle Morgue» y «El gato negro». Precisamente estos dos cuentos habían sido adaptados a la pantalla en el seno de la *Universal*. El resultado puede apreciarse en la excelente, aunque nada fiel al relato original de Poe, *El doble asesinato en la calle Morgue* (*Murders in the Rue Morgue*; Robert Florey, 1932) y en *Satanás* (*The Black Cat*; Edgar G. Ulmer, 1934), una de las más grandes obras maestras de la productora durante este periodo. Ambos films suponen a su vez variaciones sobre el tema del sabio enloquecido.

Narcotic supuso el debut de Dwain Esper como productor y director independiente. El film cuenta la historia de un médico drogadicto cuyos planes de desintoxicarse se truncan cuando sufre un accidente de coche y es ingresado en el hospital, donde se convierte en incondicional de la heroína. El otrora respetado doctor acabará vendiendo curas milagrosas de puerta en puerta y finalmente en su desesperación se verá abocado al suicidio. El argumento está inspirado en un tío de Hildegarde, mujer y fiel colaboradora de Esper durante toda su carrera, que también era médico y murió a causa de las drogas. Por supuesto, no faltan en el film las típicas secuencias de choque (un nacimiento por cesárea, una lucha de serpientes o algún coche destrozado) que interrumpen la acción para sumar algo más de carnaza efectista, amparándose en toscas metáforas sobre la problemática de las drogas, para aderezar el metraje de este descenso a los infiernos de la adicción.

Con un coste de 8.900 dólares, este temprano éxito del cine *exploitation* contó con más de 2.000 compromisos comerciales para su distribución en el circuito del *roadshow*, donde se exhibió de forma esporádica hasta bien entrados los años cincuenta. En 1932, Harry J. Anslinger fue nombrado director de la recién creada *Federal Bureau of Narcotics*⁶ al frente de la cual no tardaría mucho en convertirse en el azote de las drogas creando una histeria antimarihuana, cuyas llamas azuzaba con fieras proclamas y artículos en la prensa popular. Anslinger fue cabeza visible de la Oficina Federal de Estupefacientes y temor de los *dope fiends* durante tres décadas.

En 1935, Anslinger da su apoyo y bendición al film *Assassin of Youth*, una sensacionalista exposición sobre la amenaza que supone la marihuana dirigida por Elmer Clifton. La fórmula seguida por este film es la ya vista en obras moralistas anteriores: una chica de instituto se introduce en la marihuana y a consecuencia de la droga se verá atrapada en una espiral que la sumergirá en un submundo de crimen, fiestas salvajes y pasiones carnales. Después de haber sido lo suficientemente degradada como para experimentar la catarsis tan necesaria en el subgénero, cuya consecuencia inmediata es la toma de conciencia de lo infame de las drogas, la chica será rescatada por un reportero que desarticulará la banda de desalmados traficantes de hierba.

Con la histeria antimarihuana extendiéndose por todo el país, Dwain Esper considera que es el momento idóneo para hacer otro film sobre la marihuana (*reefer* en la jerga). Así que en 1935 Esper rodó *Marihuana*, a cuyo título se le añadían según la ocasión subtítulos como *Marihuana, the Devil's Leed* y *Marihuana, the Weed with Roots in Hell!* La película narra la tan socorrida historia de la caída de una mujer inocente en el vicio y, a consecuencia de ello, en la prostitución. *Marihuana* tenía al menos dos

⁶ Escohotado, A. (2004), *Historia general de las drogas*, 2, Alianza, Madrid, p. 296. La *Federal Bureau of Narcotics* surge a partir de la reestructuración de la *Narcotics Division* con la intención de incrementar las medidas represivas contra los estupefacientes.

versiones: una más recatada para enseñar a las autoridades si era necesario, que se desarrollaba como un film antidroga con la moralina habitual en el género, y la versión que se mostraba al público, en la que se incluían insertos de desnudos obteniendo un interesante cóctel *exploitation* en el que se combinaba carne, sexo, drogas y actos criminales.

En 1937 entró en vigor la *Marihuana Tax Act* promovida por Anslinger y aprobada por consenso de los poderes legislativo, ejecutivo y judicial. El cannabis pasaba así a convertirse en la nueva cabeza de turco oficial de la *Federal Bureau of Narcotics* tras ser abolida «la ley seca» en 1933. Para que el lector pueda hacerse una idea del discurso extremadamente alarmista de Anslinger en lo referente a las supuestas consecuencias criminales que llevaba implícito el consumo de marihuana, bastarán unas palabras pronunciadas por él mismo en 1937:

Apenas cabe conjeturar cuántos asesinatos, suicidios, hurtos, asaltos criminales, atracos a mano armada, robos con allanamiento de morada y actos de demencia maniaca causa [la marihuana] cada año, especialmente entre los jóvenes⁷.

Ese mismo año Dwain Esper pone en circulación un cortometraje titulado *Sinister Menace*. Según se informaba en los créditos iniciales, la película estaba basada en un documental proporcionado por el Gobierno de Egipto y había sido mostrada en el llamado «Convenio para la supresión y tráfico ilícito de drogas nocivas», celebrado en Ginebra durante el verano de 1936, por Harry J. Anslinger. Sin embargo, resulta bastante improbable que el principal cruzado antidroga del país se prestara a exhibir cualquier obra de Dwain Esper. Además, dada la legendaria propensión de Esper a la exageración y a la mentira, resulta bastante factible que no se tratara más que de una treta para justificar el comprometido contenido de la película ante un nuevo público concienciado por la nueva prohibición y aportar así cierta seriedad al asunto que le permitiera vender su producto como un film didáctico. Al fin y al cabo, estamos hablando del cineasta *exploit* más concienzudo y persistente de todos los que fueron. En los últimos años treinta los espectadores estaban acostumbrados a permanecer sentados durante más de tres horas ante la pantalla. En aquellos tiempos el ir al cine era un acontecimiento popular y las sesiones estaban compuestas por programas dobles de películas que tenían como complemento algún corto de dibujos, el noticiario, los trailers de los próximos estrenos y eventualmente algún cortometraje. *Sinister Menace* fue exhibido en este contexto, probablemente sólo en los circuitos de serie B. En ese mismo ambiente de los programas dobles surgió un corto de cinco minutos llamado *Chinese Justice* (1937), producido por Mink de Ronda y Sent Art Pictures, en el que se trataba, con el tono sensacionalista característico de las producciones de la época, el

⁷ Anslinger, H. J. (1972), citado en Kaplan, J., *Marijuana*, Pocket Books, Nueva York, p. 92.

problema del opio en China y cuyo principal reclamo era mostrar las ejecuciones públicas de seis narcotraficantes chinos condenados. En definitiva, *Chinese Justice* fue una precursora de las *snuff-movies*.

En 1938, Esper mostró *Marihuana* y *Reefer Madness*, dos films que pagaron su pan durante los años de clandestinidad, ante el Motion Picture Production Code en un intento perdido de antemano por conseguir el sello de aprobación. Sin embargo, como era de esperar, la respuesta de los censores fue la siguiente:

Una sección del Código proclama que el tráfico ilegal de drogas jamás debe ser presentado. Éste es el tema central de su historia [...] Otra sección del Código especifica que conductas excesivas como besos y abrazos lujuriosos o posturas y gestos sugestivos no deben ser mostrados. Las distintas secuencias de la fiesta en la playa, donde aparecen chicos y chicas jóvenes bajo la influencia de las drogas, revolcándose los unos en brazos de los otros, exhibiendo en demasía sus temperamentos y dando rienda suelta a sus pasiones, las consideramos una violación de esta sección⁸.

Una década más tarde, exactamente en 1949, un Esper en horas bajas compró los derechos de *La parada de los monstruos* (*Freaks*; Tod Browning, 1932), actualmente considerado un clásico fundamental de la historia del cine, pero por aquel entonces uno de los títulos malditos del catálogo de la *Metro*. Le cambió el título por el de *Nature's Mistakes* y, aderezando las proyecciones con la deforme presencia de auténticos *freaks* reclutados para la ocasión en el hall de las salas donde se exhibía, se dedicó a explotarlo durante cinco años. Con esta iniciativa, Esper confirmó, aunque fuese de manera totalmente inconsciente, el lazo indisoluble que unía al *exploit* contemporáneo con la tradición del *freakshow*.

EL FINAL DE UNA ERA

En los últimos cincuenta la influencia del cine europeo, principalmente del neorrealismo italiano y de autores como Ingmar Bergman, entró en los EE. UU. a través de los circuitos de arte y ensayo. Estas películas, tremendamente innovadoras en lo formal y en lo temático, hicieron reflexionar a los directores americanos acerca de la legitimidad de un código que coartaba su creatividad imponiéndoles enmiendas morales bastante obsoletas que les impedían avanzar en la dirección que estaba tomando el cine en el Viejo Continente.

⁸ Respuesta del PCA (*Production Code of America*) a Dwain Esper comunicándole que se le había denegado el sello que aprobaba la distribución legal del film, citado en Stevenson, J. (2000), *Addicted. The Myth and Menace of the Drugs in Film*, Creation Books, USA, p. 31.

Pero, si las reglas del juego estaban cambiando, los viejos cineastas *exploitation* como Dwain Esper no tenían noticia de ello. En 1955, Esper estrenó *The Pusher* (en jerga, el camello) donde remontaba sus films de la década de los treinta, fundamentalmente *Marihuana* (1935), con imágenes añadidas de una supuesta autoridad que leía un texto antidroga mientras aparecían breves cortes de fotos de plantas de marihuana y miradas monstruosas, así como la voz en off de Timothy Farrell, actor *exploitation* y habitual de los filmes de Ed Word Jr., que narraba sus dramáticas experiencias como traficante e intentaba ser el hilo conductor que diera cierta unidad a tan confuso pastiche filmico. Pero eran otros tiempos y *The Pusher* era demasiado ingenua para el público de 1955 que tenía otras demandas que no se harían esperar. Ese mismo año se estrenaba la primera película que trataba el problema de la drogadicción de manera seria, *El hombre del brazo de oro*.

La película de Preminger violaba explícitamente los dictados impuestos por el Código Hays acerca de la representación del uso de narcóticos en la pantalla. Joe Breen se retiró por aquel entonces, pero su sucesor, Geoff Shurlock, votó contra la concesión del sello al film. Para sorpresa de éste, la Legión por la Decencia, la cual había divulgado sus propias listas de clasificaciones, sólo emitió una displicente clasificación B, que calificaba *El hombre del brazo de oro* como «moralmente cuestionable», en lugar de la esperada C, que equivalía a «censurada». Como afirma Jack Stevenson:

Se estaban empezando a formar grietas en la hasta entonces relativamente sólida roca de la política concerniente a las representaciones del uso de drogas⁹.

Más importante fue el hecho de que el propio Otto Preminger, que entonces gozaba de un merecido éxito en Hollywood, decidiera estrenar la película de manera independiente, aún sin contar con el sello aprobatorio de los censores, abriendo así el camino para otros directores. Temiendo perder la autoridad si productores y directores independientes seguían el camino abierto por Preminger y optaban por saltarse el proceso para la obtención del sello de clasificación, la PCA adjuntó un apéndice al Código en diciembre de 1956 que autorizaba la representación cinematográfica de temas como la drogadicción, la prostitución y los nacimientos. Siempre y cuando estuvieran tratados respetando los límites del buen gusto.

Esta nueva apertura por parte del Código favoreció que la temática de las drogas abandonase la clandestinidad y proliferase sobre todo en el cine para consumo adolescente producido en la década de los cincuenta, así como en el cine contracultural de los sesenta, cuyo éxito llegó incluso a emparar de LSD las películas producidas por las grandes *majors* en la siguiente década. La antigua tradición del *roadshow* de los años treinta y cuarenta había finalizado, pero su espíritu *exploit* fue reciclado por una

⁹ Stevenson, J., *ob. cit.*, p. 39.

nueva generación de cineastas independientes que hacían películas muy rápidamente para el renovado mercado *exploitation*, es decir, para la juventud, cuya exhibición estaba destinada a los *drive-in* y las *grindhouses*¹⁰.

BIBLIOGRAFÍA

Escohotado, A. (2004), *Historia general de las drogas*, Madrid, Alianza.

Gubern, R. (1989), *Historia del Cine*, Barcelona, Editorial Lumen (sexta edición 2005).

Kaplan, J. (1972), *Marijuana*, Nueva York, Pocket Books.

Stevenson, J. (2000), *Addicted. The Myth and Menace of the Drugs in Film*, USA, Creation Books.

¹⁰ Respectivamente, autocines y teatros de *burlesque* de los barrios bajos reconvertidas en cines por cese del negocio.

El cine del primer Querejeta como modelo de producción eficiente y algunas de sus secuelas

JOSÉ VICENTE GARCÍA SANTAMARÍA
Universidad Carlos III de Madrid

227

En el año 1992, Jorge Semprún fue invitado a dar una conferencia sobre Goya dentro de un ciclo que el Museo del Prado había organizado sobre biografías de pintores representados en el Museo. En su brillante disertación¹, el escritor trazó una apasionada semblanza del pintor aragonés y, al mismo tiempo, una certera descripción sobre la presencia napoleónica en España. Contaba Semprún que cuando se produjo la insurrección madrileña contra el invasor francés, Napoleón, que en esos momentos se encontraba en Erfurt, cerca de Weimar, tomó la decisión de salir precipitadamente de Alemania y abriéndose paso en pleno invierno hacia España se encontraba al poco tiempo con sus lanceros polacos a las puertas de Madrid. Allí, «y en Chammartín, en el Palacio del Duque del Infantado, en una noche, en cuatro decretos, hace de España un país moderno», aboliendo en tan sólo unas horas todos los privilegios feudales y señoriales, el Santo Oficio de la Inquisición, las aduanas interiores, además de limitar estrictamente la actividad y el número de las órdenes monásticas (Semprún, 1992: 443).

Pero esta liberación, que tanto anhelaban algunos españoles ilustrados, y que dejaba atrás los resabios de la España feudal, llegó a España de la mano de un extranjero y,

¹ Conferencia editada posteriormente en el libro *Veintitrés biografías de pintores*. Fundación Amigos Museo del Prado/Mondadori. Madrid, 1992.

por tanto, fue mal recibida. En ese punto el ex ministro de Cultura no pudo menos que identificarse sentimentalmente con Bonaparte y establecer un claro paralelismo entre la situación vivida por el emperador y la que él tuvo que atravesar en su etapa como ministro de Cultura, cuando intentó modernizar diferentes aspectos de la industria cultural española. Amargamente, se quejaba de esa condición de «afrancesado» que le perseguía: «en cierto modo, *mutatis mutandi*, también lo soy yo, y a veces se me ha recordado con bastante acrimonia y poca reflexión que lo soy» (1992: 444). El ministro Semprún pretendía crear, a imitación de Francia, una mínima infraestructura industrial y devolver la tarea de producir películas a la gente capacitada para ello: los productores. Había que cambiar las condiciones en las que se desenvolvía el cine español, preso de un modelo industrial y legislativo anticuado, en el que el crédito anticipado y la subvención de especial calidad se utilizaban de manera discrecional. «Este proyecto de política de fomento del cine español —el llamado decreto Semprún— suscitó la inmediata y frontal oposición de quienes consideraban que en la medida que pretendía integrar el cine español en el mercado iba a provocar poco menos que la muerte del cine español, y, en todo caso, la muerte del cine de autor o de calidad» (Balmaseda, 2001: 80-81).

Lo cierto era que la industria del cine en España estaba tocada de muerte desde la puesta en marcha del R. D. 3304/1983 de 28 de diciembre. Como señalaba Santos Zunzunegui: «un análisis desapasionado pone de manifiesto que en tres años el cine español ha perdido más de la mitad de sus espectadores» (1987: 177). O en palabras de Esteve Riambau: «de las películas españolas que recibieron subvención anticipada del Ministerio de Cultura, sólo siete en 1984, doce en 1985 y nueve en 1986 obtuvieron un saldo positivo. El resto fueron negocios ruinosos» (1995: 409).

Para Andrés Vicente Gómez, el 70% de las películas españolas de los ochenta se hacían con el visto bueno del Ministerio de Cultura, y eran producidas en la mayoría de los casos por empresas creadas artificialmente al amparo de ese sistema (*El País*, 25-VI-2000). Por su parte, Enrique Bustamante subrayaba que la política directamente cinematográfica de la Administración española desde 1980 ofrecía una sucesión de normativas, con bruscos reajustes y cambios de filosofía insólitos en el panorama europeo (1993: 11). Fue la consecuencia de haber puesto en marcha un modelo claramente intervencionista, porque, «a medida que se define un modelo industrial y legislativo se va formando un tipo de cine» (Losilla, 1989: 38). O lo que es lo mismo, se va «orientando» y «recomendando» un cine que encaje en los criterios estético-económicos de aquel que otorga las ayudas. Ya se sabe: los prestamistas estatales son gente capaz de ofrecer las razones más ingeniosas a la hora de justificar los créditos concedidos.

Pues bien, al mismo tiempo que se define un modelo industrial, se cuenta también con un modelo de amortización de films. Este modelo difiere de manera sustancial si es anterior o posterior a la década de los ochenta; esto es, antes o después de la apa-

rición del *windowing*. Como es sabido, la exhibición cinematográfica en España no ha sido por sí sola capaz de generar energía económica suficiente para cubrir los costes de un film o incluso alcanzar beneficios (Gómez B. de Castro, 1989: 68), al menos hasta bien entrada la década de los ochenta. Es a raíz de la firma en septiembre de 1983 del nuevo convenio firmado entre TVE y las Asociaciones de Productores Cinematográficos y la llegada del video doméstico cuando estas condiciones cambian.

Pero aunque los modelos de «amortización» han ido cambiando a lo largo del tiempo (desde la entrega de permisos de importación a la concesión de dinero), siempre se han nutrido de las subvenciones, otorgadas por los Presupuestos Generales del Estado. Y esta dependencia del subsidio estatal no ha sido patrimonio exclusivo de cierto cine de autor, sino más bien de todas aquellas productoras que siempre han vivido muy apegadas a las subvenciones oficiales, y cuyos films no han tenido claramente definido un público propio.

En el terreno de lo concreto, el modelo de amortización de una película española anterior a los años ochenta sería un modelo compuesto por un 35% de subvenciones, un 60% de recaudación en salas y sólo un 5% de la televisión convencional (el video no existía). En el año 1984, las subvenciones suponían ya el 50% del total, y la recaudación en salas sólo un 30% (Monzoncillo, 1994: 132).

Pero en el modelo que más nos interesa para esta ponencia –el perteneciente al Nuevo Cine Español, o al menos a aquellos films o productores agavillados con esa etiqueta– podríamos perfectamente establecer la hipótesis de que el 80% o más de la amortización de un film vendría dado por el capítulo de subvenciones, mientras que el 20% restante podía ser cubierto o no por la recaudación en salas (y/o ventas al extranjero). Para García Escudero esta protección tenía sentido cuando «por su ambición artística o por la incógnita que representen los jóvenes valores que incorporan, suponen un riesgo que ningún productor afrontaría si tuviera que depender exclusivamente de la taquilla» (1967: 95). Para sus detractores, era justo lo contrario: «García Escudero sembró una mentalidad, que por cómoda encarnó pronto, de que el Estado debía ser el “mecenás” del cine de autor» (Pozo, 1984: 202).

Si estableciésemos una comparación con modelos foráneos, baste decir que el modelo de financiación de un film francés hacia 1960 poco tenía que ver con las películas del NCE. En Francia se seguía el principio del «triángulo dorado»: 1/3 de aportación del distribuidor y del coproductor + 1/3 del productor + subvenciones y deuda garantizada por el Estado. Esto es, la subvención automática suponía el 11%, y el riesgo se repartía entre el productor (un 25%), el coproductor (un 14%) y el distribuidor (un 22,5%) (Martín Dale, 1994: 11-12).

Las ideas de García Escudero serían recogidas años más tarde por Pilar Miró, que trataría de emularle, aunque a nuestro entender existan notables diferencias a favor del primero. El decreto Miró pretendía solucionar el problema de la financiación del cine español. Pero al final, «puesta la ley puesta la trampa: a lo largo de los once años de

existencia de esta medida se han realizado films que daban beneficios antes de estrenarse, por lo que no se ponía atención en la promoción y en los aspectos comerciales» (Monzoncillo, 1994: 133).

De ahí precisamente que el análisis del primer Querejeta, aquel que va desde el mandato de José María García Escudero al de Pilar Miró (cierre y clausura), pueda arrojar alguna luz sobre esas interacciones entre legislación e industria, y permita comprobar también cómo las políticas legislativas de la Administración han ido influyendo en su carrera y condicionado su producción, hasta acabar por conformar una marca y un modelo propios, perfectamente reconocible en el cine español. Modelo que además ha gozado de una considerable influencia (económica e ideológica) en la industria española del cine.

La figura del primer Querejeta abarcará así los trabajos iniciales de Eceiza; la filmografía completa de Saura a lo largo de diecisiete años y 13 títulos; el descubrimiento y la confirmación de Erice; el primer film de Gutiérrez Aragón; obras fundamentales de Franco, Chávarri o el primer Armendáriz. «En definitiva, una parte decisiva del cine más inquieto, riguroso y exigente que se ha producido en España a lo largo de más de treinta años» (Angulo, Heredero y Rebordinos, 1996: 14).

El productor donostiarra de la década de los sesenta y setenta no solamente era un claro orientador de la actividad cinematográfica, sino que contaba también «con rasgos propios de un perspicaz empresario, que sabe sacar partido a la coyuntura político-industrial en la que se mueve» (García Santamaría, 2003: 58-59). El Querejeta joven contaba con una empresa poco o apenas capitalizada, con escasos recursos propios, y aunque recibía generosas subvenciones para la época (de las que podía disponer desde la aprobación del proyecto, esto es, antes de que se rodase la película), no eran sin duda suficientes para cubrir por completo todos sus gastos corrientes.

Pese a estos imponderables, se trataba de una compañía con una gestión empresarial moderna, perfectamente dimensionada, capaz de sustituir la escasez de activos reales y la falta de capitalización de su empresa con un apreciable número de los denominados activos intangibles: una cierta cultura empresarial, una fuerte imagen de marca, un *know-how* que da la experiencia continuada y la desenvoltura en cualquier negocio empresarial, y la selección, formación y mantenimiento de un eficaz equipo de colaboradores. Quizás sin saberlo, Elías Querejeta se había rodeado en pocos años de los atributos que más distinguen hoy día a la empresa actual. Y, por último, con el paso de los años llegaría a poseer un valioso fondo de comercio, que seguramente correspondería a una empresa de mayores dimensiones.

Su primer largometraje de ficción fue rodado antes de la entrada en vigor de la nueva legislación que haría posible el desarrollo del NEC: las nuevas *Normas de Protección a la Cinematografía*, aprobadas en agosto de 1964, merced al impulso legislativo propiciado por García Escudero. Aunque fue un modelo que estuvo vigente menos de un lustro (Santos, 2005: 134) gozó de una gran influencia en la historia del cine español.

El sistema contemplaba un esquema similar a los aplicados en Francia e Italia, en los que la protección consistía en un porcentaje sobre los rendimientos de taquilla (Castro, 1974: 15), si bien en nuestro país el director general guardaba también un as en la manga: el apoyo de la Administración podía ir también encaminado a un tipo de protección cultural o artística, destinado a las películas consideradas de «interés especial», que ofrecían un fundado interés para el Estado, ya fuera por razones políticas, morales, religiosas, educativas o simplemente por sus bondades artísticas. La ambigüedad era tan grande que admitía cualquier tipo de discrecionalidad.

En resumen, las películas que obtenían esta calificación, como antaño las declaradas de «interés nacional», gozaban de una serie de privilegios nada desdeñables. La Administración se convertía en avalista solidario de sus créditos a medio plazo hasta la cantidad de un millón de pesetas, y disponían además de otro millón de pesetas a cuenta de la subvención que, con carácter general, correspondía a cualquier film (15% sobre los rendimientos en taquilla). El anticipo podía incluso llegar, con la película ya rodada, hasta el 50% de su coste declarado, con un tope de cinco millones de pesetas, y con la particularidad de que esta última subvención no tenía por qué ser devuelta si no se conseguía esa recaudación, con lo cual podríamos decir que era una subvención a fondo perdido. Es más, la ayuda podría llegar a ser del 30% sobre los rendimientos en taquilla, y doble también a efectos de distribución (cuatro por uno) y proyección obligatoria (cuota de pantalla) para facilitar así su mejor colocación en el mercado.

Para Antonio Castro, con este sistema, las películas «artísticas» tenían asegurada su amortización aunque no fuesen vistas por el público, puesto que con los dos millones de pesetas que adelantaba la Administración se podían pagar los gastos iniciales del film, y una vez concluido, dado que la protección podía llegar hasta el 50%, por el conocido método de hinchar el presupuesto, se podía lograr el 90 o el 100% del coste real del film, y si no funcionaba ante el público no había necesidad de devolver el dinero adelantado. Y añade Castro, éste fue el caso de Elías Querejeta, «quien decidió aprovechar este ofrecimiento, y probablemente sea el único productor que ha puesto en pie más de veinte films sin que haya tenido necesidad de hacer ningún tipo de inversión propia, ya que el Ministerio era realmente quien financiaba sus films» (1974: 16). Y Marta Hernández abunda en la misma opinión, aunque su enfoque sea claramente distinto: «El sistema de protección de 1964 permitió a Querejeta plantearse una política de producción continuada, estable y sin riesgos económicos, ya que las películas que en él se integraban, previa la calificación de interés especial, obtenían una abundante protección, llegando a cubrir los costes de producción de los films» (1974: 82).

Pero lo realmente incómodo de estas últimas explicaciones es que no ofrecen en ningún momento ejemplos concretos y plausibles ni documentación que permita avalar por completo esta hipótesis. Ni tampoco explican cómo pudo sobrevivir durante tan-

tos años el fenómeno Querejeta, mientras otros productores –caso de José Luis Dibildos– pasaban por serias dificultades².

Dado que la documentación societaria de Querejeta y de otros productores de la época está perdida o destruida, o simplemente no está disponible para los investigadores, hemos partido de los informes de las películas contenidos en los archivos de la AGE, de otras fuentes documentales y de fuentes orales, correspondientes a personas que trabajaron con el productor vasco en aquel periodo. Del mismo modo, hemos tomado como referencia los presupuestos medios de un film de ese tiempo publicados en diferentes estudios.

Para nuestro análisis hemos establecido tres etapas distintas, atendiendo a la unidad de criterios legislativo-políticos de cada una de ellas.

Primera etapa (1963-1970): Coincide con la segunda llegada de José María García Escudero a la Dirección General de Cinematografía, entre agosto de 1962 y diciembre de 1967, tiene una cierta continuidad con Carlos Robles Piquer (diciembre de 1967 a octubre de 1969), y finaliza con la llegada de Sánchez Bella al frente del Ministerio de Información y Turismo. La *entente cordiale* que existió entre García Escudero y Querejeta³ tuvo como efecto inmediato que sus films recibiesen siempre la máxima protección posible. Todo lo cual no era óbice para que existieran ciertos lances dialécticos entre las Comisiones de Protección y el productor. Cuando éstas se mostraban poco benévolas para los intereses de la producción, siempre cabía el recurso (asunto en el que el productor vasco era un consumado maestro) de interponer una reclamación para que la Dirección General variase su criterio; algo que este hombre de empresa casi siempre conseguía.

Este acuerdo tácito entre Querejeta y los sectores «aperturistas» de la Administración era, por consiguiente, un hecho evidente. «Los que pretendemos hacer un cine de calidad, no directamente comercial, dependemos más que nunca de la subvención estatal. Yo planteo todas mis producciones de cara a los beneficios que la nueva ley atribuye a este cine estéticamente superior. En esa medida, mi trabajo está totalmente vinculado a las decisiones de la Administración», señalaba Querejeta en 1966 a la revista *Nuestro Cine* (n.º 51: 6). De ahí también que el productor fuese de esa minoría beneficiada por las decisiones de García Escudero. «De 1965 a 1970, la califica-

² Sobre el primer Querejeta puede consultarse también mi ponencia *El espíritu de la colmena en el proyecto Querejeta*, pp. 53-78, recogida en el libro *El espíritu de la colmena treinta y un años después*, Pérez Perucha, J. (edic.). Ivac, Valencia, 2006.

³ Los destinos del director general y del productor vasco quedaron así unidos. Cabe incluso formular una sencilla hipótesis: ¿sería García Escudero un personaje tan valorado por ciertos sectores si no hubiese llegado a contar para su operación reformista con Elías Querejeta y su elenco de directores premiados en Festivales Internacionales? Y, al contrario: ¿hubiera podido sobrevivir durante sus primeros años de existencia el productor donostiarra sin el amparo y el cobijo de su más distinguido protector?

ción de “interés especial” se concedió a 132 películas; es decir, un 17% del total de la producción. Este 17% era mimadísimo desde la Administración en todos los campos» (Pozo, 1984: 196).

Su primer largometraje, *El próximo otoño* (1963), fue rodado antes de promulgarse la legislación de 1964, recibiendo la categoría de Segunda A. Según la O. M. del 13-V-1961 le correspondía una protección equivalente al 30% del coste de producción reconocido. Ahora bien, ya con el director general aperturista en el poder, la Comisión de Protección certificó el dictamen en 1965 (*Expediente 29.513*), y otorgó al film en la categoría Primera B, estableciendo su coste en 3,6 millones de pesetas (un coste alto para un film como el de Eceiza), más un complemento del 15% (540.000 pesetas).

Su segundo largometraje, también de Antonio Eceiza, *De cuerpo presente* (1965), ya es declarado de Interés Especial por la Comisión de Apreciación (*Expediente 356-64*), por lo que dispone así de un anticipo equivalente al 40% del coste comprobado (1.881.000 pesetas). No contento con esta subvención, su productor solicitó los «beneficios máximos» alegando cambios en el montaje. Los beneficios máximos se concedían en aquella época por un Jurado Especial, creado a partir de una Orden promulgada el 2 de junio de 1965, y suponían, en esencia, que la subvención del 40% se incrementaba hasta el 50% del coste comprobado y hasta un límite de cinco millones de pesetas. Además, incluían otras ayudas, suponiendo una valoración doble a efectos de cuota de pantalla o concesión de autorizaciones de doblaje.

Su siguiente largometraje, *La caza* (1965), recibió también las atenciones del Interés Especial por la Comisión de Apreciación, concediéndosele un anticipo del 40% del coste comprobado, que alcanzó el 50% porque el Jurado Especial así lo dispuso (*Expediente 174-65*). Fijado el presupuesto en 4.192.383 pesetas se la subvencionó con 2.096.000 pesetas, prácticamente el coste total del film, al menos si nos atenemos a lo contado por Carlos Saura en el documental de Méndez Leite, *Elías Querejeta, el productor* (2006). El cineasta aragonés confesó que le había pedido a su padre un millón de pesetas para rodar la película y que Querejeta había puesto la misma cantidad. Es decir, que fue prácticamente coproducida por ambos, con un rodaje rápido de cuatro semanas.

En *Último encuentro* (1966), la Comisión de Protección juzgó excesivo el presupuesto presentado y lo valoró en 5,5 millones de pesetas, por lo que la subvención fue de 2.750.000 pesetas (*Expediente 33-66*). Querejeta recurrió esta decisión y la Comisión terminó admitiendo una cifra superior (6.160.000 pesetas), por lo que el productor acabó recibiendo 3.080.000 pesetas.

En *Si volvemos a vernos* (1966), declarada de Interés Especial por la Comisión de Apreciación, la Comisión de Protección estableció su coste en 7.060.029 pesetas, y se le anticipó el 40% (2.824.000 pesetas). Aunque el productor solicitó los beneficios máximos, se le negaron (*Expediente 172-66*).

Peppermint frappé (1967) también fue considerada de Interés Especial, y recibió una protección del 50% por el Jurado Especial (*Expediente 101-66*).

El cambio de Carlos Robles Piquer por García Escudero no varió mucho la situación anterior, y el Ministerio continuó dispensándole un trato amable y buenas calificaciones para sus películas.

Stress es tres, tres (1968) consiguió los beneficios del Interés Especial y fue también seleccionada por el Jurado Especial (*Expediente 96/67*). Y en *Los desafíos* (1968) se impuso la opinión de la Dirección General que, en contra de los criterios de la Comisión de Protección, tomó la decisión de otorgar una subvención del 50% de su presupuesto (*Expediente 126-68*).

La madriguera (1969) dispuso de una subvención del 40% del film: cinco millones de pesetas (*Expediente 126-68*), y *Las secretas intenciones* (1969) obtuvo también los beneficios máximos (cinco millones de pesetas), a pesar de que la Comisión de Apreciación quiso otorgarle solamente un millón de pesetas, tal vez por sentirse burlada con los justificantes de gastos aportados por la productora (*Expediente 8.669*), si bien el hecho de que el Jurado Especial la eligiese como una de las películas de mayor calidad del año solucionó todos los problemas. Y lo mismo sucedió con *El jardín de las delicias* (1970), elegida por el Jurado Especial y con una protección de cinco millones de pesetas (*Expediente 249-69*).

En total, Querejeta produjo once largometrajes de ficción entre 1964 y 1970, una cantidad nada desdeñable para un productor incipiente. Sin embargo, la realidad fue que este cine interesó a muy poca gente y sus resultados en taquilla fueron muy discretos. Los tres primeros films de Eceiza no llegaron a recaudar más allá de dos millones de pesetas cada uno. Algunas películas de Saura funcionaron relativamente mal, como *Stress es tres, tres*, con 3,8 millones, y *La caza*, con 9,1 millones de taquilla, respectivamente. Lo mismo sucedió con *Los desafíos*. En conjunto, estos once films ingresaron 65 millones, con una media de 5,9 millones por película, cantidad que está incluso por debajo del coste de cualquiera de ellos.

En esta primera época, sin embargo, empiezan a hacer taquillas interesantes películas como *Peppermint frappé* (18,5 millones) y *La madriguera* (14,5 millones), y sólo a partir del quinto largometraje (*Peppermint frappé*) logra Querejeta computar el 15% de subvención sobre la recaudación bruta en taquilla. Por tanto, únicamente las películas de Carlos Saura *La madriguera*, *Peppermint frappé* y *El jardín de las delicias* obtuvieron cantidades superiores a las conseguidas por protección. De esta manera, puede decirse que el productor vasco logró sobrevivir esos primeros años amparándose en dos pilares básicos: la protección y los adelantos de distribución, y, a partir de *Peppermint frappé*, también por el incremento de las ventas al extranjero.

Recapitulando, en sus primeros tiempos de actividad empresarial, Elías Querejeta recibió el máximo apoyo de la Administración, tanto de García Escudero como de Robles Piquer, y en la mayor parte de sus producciones, la historia —tal y como la

podemos juzgar por los expedientes administrativos del AGE— se repetía o resultaba muy similar: los presupuestos de sus films parecían estar «maquillados» y retocados al alza. En muchos de los expedientes figuraban numerosas quejas de miembros de diferentes comisiones que se sentían, en bastante casos, en total desacuerdo con algunas de las partidas presupuestarias presentadas en el presupuesto desglosado, o bien demandaban simplemente el justificante que asegurase que el productor había satisfecho realmente ciertos gastos como los de Mutualidad, Seguros Sociales, IRTP, decoración o contratos de actores que no habían sido presentados. Pondremos algunos ejemplos: el actor francés Jean-Louis Trintignant fue convencido por Querejeta para que rodase gratis *El próximo otoño* (1963), a cambio de quedarse con los derechos del film para Francia, pero en el presupuesto presentado figuraban por su participación unos emolumentos de seis millones de pesetas, o lo que es lo mismo, el coste total de un film de cierto empeño de entonces. En *De cuerpo presente* (1965) la historia es parecida. El extenso reparto de actores españoles apenas cobró. «Se ofrecían para hacer una sesión, tenían el acicate de trabajar con gente que empezaba, que representaba un nuevo cine del que se comenzaba a hablar.» E incluso la protagonista francesa Françoise Brion aportó su propio vestuario, «y le pagamos con un regalo, creo que una alfombra», como confirmaba el propio Eceiza en una entrevista (*Los nuevos cines en España*, 2003: 81).

Pero en este último film el personal artístico de la película, según el presupuesto desglosado, supuso una partida de 2.136.500 pesetas; es decir, un 27,7% del presupuesto total (contra el 16% de su primer film). Es más, este presupuesto del equipo artístico era tres veces superior que el de su siguiente film, *Stress es tres, tres*, al que se le dedicó menos de un millón de pesetas, y superior al de *La prima Angélica*.

Habría que reseñar que esta irreprimible tendencia a exagerar las partidas presupuestarias era ya algo consustancial al cine español y se venía practicando al menos desde la década de los cincuenta⁴. La lectura que entonces ofrecía esta práctica no era la de un simple fraude de ley, sino más bien un encuentro entre pícaros. «Eran elementos casi convenidos. Uno hinchaba los costos y, al mismo tiempo, la Comisión correspondiente los reducía. Yo consideraba que la Comisión no reconocía una serie de gastos que en una valoración mínimamente seria han de contabilizarse. Entonces yo aumentaba los costos en una serie de capítulos para compensar otros», señalaba el propio Querejeta en una entrevista (Hernández Les, 1986: 122).

Ahora bien, para saber realmente si existió ese falso incremento presupuestario, y en qué cuantía, tendríamos al menos que tomar como referencia los costes medios de las películas en blanco y negro y en color de la época. Sabemos así que en el año 1961 el

⁴ Véase al respecto mi trabajo sobre la producción de *Bienvenido, Mr. Marshall* en *Bienvenido, Mr. Marshall... cincuenta años después*, Pérez Perucha, J. (edic.), IVAC 2002, pp. 19-42.

coste medio en blanco y negro era de 4.362.860 pesetas, y el de una película en color, 5.484.428⁵.

Por otra parte, y si nos atenemos a otros testimonios como, por ejemplo, el de Mariano Ozores, especialista en rodajes rápidos (veinte días), una película media en 1963 podía costar dos millones de pesetas, mientras que una película ambiciosa y de gran empeño como, por ejemplo, *La hora incógnita* (1963) ascendía a unos seis millones de pesetas, y en este presupuesto se incluía un extenso reparto, cientos de figurantes y un buen número de efectos especiales (Ozores, 2002: 118).

Por tanto, no resulta descabellado pensar que un film rodado a comienzos de los sesenta, en blanco y negro, con tres o cuatro semanas de rodaje y un equipo artístico y técnico no demasiado caro, podría rondar los dos-tres millones de pesetas de entonces. De no ser así, Querejeta no hubiera podido financiar sus films (a no ser que dispusiese de otras fuentes de ingresos extracinematográficas), puesto que los ingresos obtenidos por taquilla fueron, como casi todas las del NCE, bastante pobres, en general. Las películas de Eceiza *De cuerpo presente* y *Último encuentro* ocuparon en el *ranking* elaborado por M. Torres (1973: 120-122) los puestos 870 y 940, respectivamente, e incluso un film mítico como *La caza* no llegó más allá del puesto 536. Sólo Mario Camus logró en aquel tiempo lo más parecido a un éxito con su film *Cuando tú no estás* (1966), que ocuparía el duodécimo lugar de este peculiar *ranking*, recaudando casi 50 millones de pesetas; es decir, casi siete veces más que *La caza* y 28 veces más que el segundo film de Eceiza.

En cualquier caso, en esta primera etapa Querejeta es capaz de sentar las bases de su empresa productora; esto es, elige forma y cohesiona un equipo técnico-artístico propio, y la dota de cierta experiencia negociadora. Al mismo tiempo, se labra una cierta reputación en España y en el extranjero, y establece una fuerte imagen de marca, que le valdrá para que sus producciones sean conocidas en todo el mundo como productos culturales de calidad, abiertamente comprometidos con su tiempo y decididamente antifranquistas.

Segunda etapa (1971-1976): Su segunda y más azarosa etapa, en la que se encuentra en peligro de cierre empresarial (quiebra del Fondo Nacional de Cinematografía), como otros muchos productores de la época, comienza después de la llegada de Alfredo Sánchez Bella al Ministerio, interrumpiéndose así «el plácido recorrido de Querejeta» (Hernández Les, 1986: 214). El nuevo responsable de cine, Enrique Thomas de Carranza (octubre 1969-diciembre 1973), que había sido nombrado director general de Cultura Popular y Espectáculos, cambia radicalmente las reglas de juego. La publicación de la Orden Ministerial de 12 de marzo de 1971 establece un nuevo

⁵ En *Aspectos económicos del cine español*. Ramón del Valle Fernández. Servicio Nacional de Estadística del SNE. Madrid, 1966.

sistema de subvención con la concesión de uno a diez puntos (400.000 pesetas por cada punto conseguido) y la restricción del crédito. Las posteriores normas incidían fundamentalmente en una protección basada en el supuesto control de taquilla. El régimen franquista se había endurecido ideológicamente y ya no buscaba coartadas democráticas en festivales de cine extranjeros, quebrándose así el idilio que durante algunos años habían mantenido ciertos sectores aperturistas del franquismo y algunos de los más eximios representantes del NCE.

De esta manera, la producción sin riesgos del productor sufrió realmente su primer gran tropiezo desde el año 1963: a la película de Francisco Regueiro *Carta de amor de un asesino* (1972) solamente le es concedida una décima de punto de subvención (*Expediente 16-72*). El mensaje del Ministerio es claro: la interlocución privilegiada con la Administración ha llegado a su fin. A partir de ahí los pasos dados por el productor vasco se desdibujan casi por completo. Emprende algunas extrañas coproducciones con alemanes e ingleses, que son definidas como «arrendamiento de servicios», y en la que solicita favores a dos conspicuos productores/distribuidores españoles: Emiliano Piedra y Andrés Vicente Gómez⁶.

Sus films de entonces ya no disfrutaban de los privilegios de antaño. A *La letra escarlata* (1973) no se le otorga la categoría de Interés Especial (*Expediente 72.220*), simplemente porque la Comisión de Apreciación considera que en esa coproducción la parte española era minoritaria respecto a la alemana. *Ana y los lobos* (1972) es tratada algo mejor, pero sólo recibe cinco puntos (dos millones de pesetas), cantidad que a Querejeta le parece irrisoria, por lo que recurre hasta dos veces la decisión (*Expediente 186-72*). Es el mismo caso de *Habla, mudita* (1973), a la que la Comisión de Apreciación tan sólo la beneficia con un par de puntos, a pesar del premio obtenido en el Festival de Cine de Berlín (*Expediente 69.503*). Por su parte, *El espíritu de la colmena* obtiene, en primera instancia, cinco puntos, elevándose posteriormente la subvención en un punto más: 2,4 millones de pesetas (*Expediente 71.562*). Estaba claro que los buenos tiempos habían pasado y que Querejeta ya no gozaba del beneplácito de los sesenta, pese a que sus films seguían cosechando premios en festivales de prestigio. Esta dura situación le llevó incluso a interponer un recurso ante la sala correspondiente del Tribunal Supremo al serle denegada la categoría de Interés Especial a *La prima Angélica* (1974), después de haber representado a España en Cannes y obtener el Premio Especial del Jurado (*Expediente 2A-71*).

Pero es precisamente en condiciones adversas⁷ cuando el productor donostiarra emprende su cine más arriesgado y donde (al menos en nuestra opinión) produjo

⁶ Querejeta no dejó de producir ni cuando las circunstancias le fueron adversas.

⁷ Los expedientes de *Belleza negra* (1971) y *Diabólica malicia* (1971) constituyen una suerte de trampa para chinos difícil de desentrañar, y no añaden datos de relevancia a esta ponencia.

algunas de sus películas más notables (*El espíritu de la colmena*, *El desencanto*, *Habla, mudita*, *Pascual Duarte*), utilizando todo el potencial que había venido acumulando en su productora, y haciendo uso de las economías de escala para producir varios films al mismo tiempo (entendiendo por tales las que conducen a la disminución de los costes medios al aumentar las series de fabricación y distribuirse los costes fijos en un volumen mucho mayor de producción). Y, sobre todo, cuando su cine empieza realmente a encontrar un público propio. Si sus primeros films estaban realizados de cara a la *Junta de Clasificación* o a las *Comisiones de Apreciación*, en la década de los setenta se encuentra ya con un espectador cómplice, que formaba parte de lo que vino en denominarse «oposición cultural y política al franquismo», compuesta por sindicalistas y militantes de partidos políticos clandestinos, estudiantes progresistas, profesionales de ideas liberales y una cierta burguesía de corte europeísta. Este público nuevo es el que propicia que un film como *La prima Angélica* sea vista por más de un millón de espectadores.

En 1975 produce *Cría cuervos*, *Pascual Duarte*, *El desencanto* y el cortometraje *El increíble aumento del coste de la vida*. Al largometraje de Ricardo Franco, la Comisión de Apreciación le concede inicialmente sólo dos puntos —a pesar de su premio en el Festival de Cannes—, que posteriormente se convierten en tres (2,1 millones) (*Expediente 82.498*). A *Cría cuervos* la tratan mejor y obtiene finalmente seis puntos (4,2 millones), mientras que *El desencanto*, que en un principio consigue cuatro puntos, acaba por llegar a siete (4,9 millones), que le valen para cubrir prácticamente el coste de la película (*Expediente 82.497*).

Por otra parte, Querejeta tiene ya la fortuna de que muchas de las películas de este periodo obtienen buenos rendimientos en taquilla. A *La prima Angélica*, que llega a conseguir 90 millones, se le añaden *Cría cuervos*, la sexta mejor recaudación del año, con 75 millones ingresados (y un coste de 12,8 millones), mientras que el film de Chávarri, *El desencanto*, que sólo cuesta cinco millones, factura el primer año 14,5 millones, y la película de Ricardo Franco 44,1.

En este capítulo, la diferencia con la etapa anterior es abismal. Sin contar las tres coproducciones realizadas, lleva a cabo ocho films (1973-1976), que ingresan en taquilla más de 285 millones de pesetas, y una media de recaudación por cada uno superior a 35 millones; cantidad ya muy superior a su coste de producción. Todo lo cual demuestra que realmente le funcionaron las economías de escala.

Además, Querejeta empieza a obtener el 15% sobre la recaudación bruta en taquilla de sus películas a partir de *Peppermint frappé* el 31-XII-1970 con 2,1 millones de pesetas, justo dos años después de su estreno, y una cifra similar con *La madriguera*, mientras que con *La prima Angélica* recibe más de trece, con *El espíritu de la colmena* cobra 6,5 millones y *Ana y los lobos* 3,5 millones. Aunque algunas de estas subvenciones lleguen cinco años más tarde (Hernández Les, 1986: 230), como es el caso del último film mencionado, permiten la obtención de unos ingresos recurrentes que le otorgan

un buen margen de maniobra y, lo que es más importante, le ayudan a superar la crisis de comienzos de los setenta.

Elías Querejeta ya no es sólo un productor de «culto», sino también una de las diez empresas productoras de mayor recaudación en el periodo comprendido entre 1974 y 1983. Lo cierto fue que una vez pasado el Rubicón del año 1973, las buenas taquillas de *El espíritu de la colmena*, *La prima Angélica*, *Cría cuervos* y *El desencanto* operaron el milagro de capitalizar su empresa, permitiéndole una acomodada travesía durante la transición.

Tercera etapa: 1977-1984: En esta convulsa etapa administrativa, que empieza bajo el mandato de Rogelio Díaz, desfilan nada menos que otros cuatro directores generales de cine, hasta que en diciembre de 1982 los vacíos de poder se acaban con el nombramiento de Pilar Miró.

Es un periodo de aguas revueltas, en el que el productor donostiarra consolida definitivamente su empresa. El engranaje que ha puesto en marcha funciona a la perfección. «Desde hace más de quince años el equipo es el mismo en sus piezas básicas. Las ventajas de la cohesión que esto implica saltan a la vista: no sólo se conocen a la perfección, no sólo se entienden..., sino que las relaciones amistosas repercuten decisivamente en el buen ambiente y en la buena marcha de cada rodaje. Más allá del tópico, el equipo de Querejeta forma una gran familia» (Hidalgo, 1981: 43-44).

La característica fundamental de esta etapa es que el productor vasco moderará su ritmo de producción y al mismo tiempo emprenderá una diversificación de sus inversiones. Desde finales de los setenta encuentra capital francés para coproducir sus películas. El acuerdo al que llega con *Films Molière* (antes *Pierson*) es ventajoso para él: puede seguir manteniendo a su equipo de colaboradores y su porcentaje de participación es mayoritario (70%). Las primeras películas producidas bajo esta fórmula son *Los ojos vendados* (1978) y *Mamá cumple cien años* (1979), y después *Dedicatoria* (1980) y *Deprisa, deprisa* (1980).

Legislativamente, comienza este periodo postfranquista con el Real Decreto 3.071/1977, de 11 de noviembre, que introduce algunos cambios en la calificación de Especial Calidad, que se reparte por igual entre el productor y el equipo de la película, así como la valoración de «doble empeño» para películas cuyo presupuesto sea superior a los 20 millones de pesetas.

Aunque ahora las cosas le van mucho mejor, la lectura de los expedientes de las películas confirma que sigue teniendo serias discrepancias con las Comisiones correspondientes, pero al igual que durante su primera etapa las Direcciones Generales procuran soslayar cualquier conflicto.

En 1976 produce *Elisa, vida mía* (1976), y a continuación *A un Dios desconocido* (1977) y *Las palabras de Max* (1978). Con la primera de ellas, la Comisión de Apreciación alberga serias dudas sobre el presupuesto presentado (*Expediente 208/76*),

pero consigue finalmente seis puntos y el «doble empeño», lo que hace que la subvención final alcance los 9,8 millones de pesetas (el presupuesto presentado era de 24 millones). En cuanto a la película de Chávarri obtiene siete puntos y el doble empeño, lo que totaliza 11,2 millones sobre un presupuesto de 24 millones, que es seriamente cuestionado por la Comisión (*Expediente 90.482*). Peor sería el caso del film de Martínez Lázaro, que acababa de obtener el Oso de Oro en el Festival de Cine de Berlín, y al que la Comisión solamente le concede tres puntos, por lo que debe intervenir el director general, García Moreno, para aumentar a cinco puntos la valoración final, y después de un nuevo recurso del productor son finalmente seis puntos (*Expediente 6A-78*). Con *Los ojos vendados* (1979) recibe siete puntos y el premio de Especial Calidad (*Expediente 1A-78*). Y *Mamá cumple cien años* (1979) y *Deprisa, deprisa* (1980) obtienen también la Especial Calidad.

Los ingresos en taquilla también mejoran: *Mamá cumple cien años* es la sexta mayor recaudación del cine español en el año, con 75 millones, muy por encima de *Elisa, vida mía* que sólo ingresa 30 millones.

Ahora bien, la década de los ochenta comienza con el éxito de *Deprisa, deprisa* (1980), de Carlos Saura (que recaudaría 155 millones de pesetas en España); el relativo éxito de *El Sur* (1983), de Erice (91 millones de recaudación y 48 de coste y décima recaudación española del año), y los fracasos rotundos de *Dedicatoria* (1980) y *Feroz* (1983). No deja de resultar curioso que los dos mayores desastres de su carrera no le apartan ni un ápice de su actividad. Las economías de escala hacen que, finalmente, el éxito de unos films pueda compensar la mala acogida que tengan otros. Además, las nuevas tarifas para derechos de emisión que se negocian con TVE cambian radicalmente el panorama para un productor como Querejeta. El nuevo Convenio contempla que un solo pase de una película de los sesenta pueda recibir más de dos millones de pesetas, y un film de los setenta, entre tres y cinco millones. Hasta 1986 es capaz de vender a TVE una veintena de películas en cantidades que van desde las 600.000 pesetas hasta los tres millones (Hernández Les, 1986: 246). Por otra parte, la aprobación de los estatutos de autonomía dota de competencias a las CC. AA. y éstas disponen de presupuestos propios para financiar proyectos audiovisuales, y estas ayudas no son excluyentes con las estatales o las televisivas. Es el terreno ideal para un productor avisado que conoce al dedillo la mecánica administrativa y que está acostumbrado a negociar y a moverse en esas procelosas aguas.

Y ya en la etapa Pilar Miró, justo hasta donde llega nuestro análisis, es cuando se asienta definitivamente como productor y donde hace gala de toda su influencia. Su particular transición ya había sido iniciada con *El espíritu de la colmena* y la Concha de Oro en San Sebastián y con el éxito popular de *La prima Angélica*, y culmina ahora con un nuevo ordenamiento jurídico que parecía hecho a su medida. El Decreto Miró de 28-XII-82 fijaba la concesión de ayudas en tres partes: un 15% de los ingresos brutos que pudiera obtener cualquier film español en taquilla, un 25% del coste total

declarado si la película era considerada de «Especial Calidad», y otro 25% si podía encuadrarse en las producciones de «mayor empeño», aquellas que sobrepasaban los 55 millones de pesetas.

El aprovechamiento máximo de la política de subvenciones permitía recibir hasta el 65% del presupuesto total. Decía Alfredo Matas que con esta legislación era más arriesgado hacer una película de 40 millones que una de 80 (Llinás, 1987: 200). Todo lo cual provocó la aparición de un cine de mejor factura (técnica) y la desaparición del cine hecho con escaso presupuesto. «En otras palabras, ya no serán necesarias ni posibles películas como *Ópera prima*» (Losilla, 1989: 39). Aunque lo mejor del sistema era el hecho de que los créditos se concedían anticipadamente. Y a ello podían sumársele los derechos de antena, ventas al extranjero, ventas en video doméstico y ayudas de las Comunidades Autónomas.

El ejemplo más paradigmático de este periodo, y al que prestaremos una especial atención, no es otro que *Tasio* (1984), que supone un depurado modelo de cómo llevar a cabo proyectos de cierta ambición artística sin apenas correr riesgo alguno (salvo el riesgo sistémico inherente a la actividad cinematográfica).

El presupuesto presentado al Ministerio fue de 100 millones de pesetas, una cantidad alta si la comparamos con otras películas de la época o incluso con la siguiente película de Montxo Armendáriz («la mayoría de las productoras han declarado ante el Ministerio de Cultura unas cantidades como presupuesto y coste de sus películas que nada tienen que ver con la realidad», Gómez B. de Castro, 1989: 67).

La subvención anticipada fue del 50% (50 millones) al obtener las ayudas de Especial Calidad y el mayor empeño. En total, sobre el presupuesto declarado tuvo derecho a un 65% de subvención (porcentaje que en ese año sólo recibirían *El caballero del dragón*, *La corte del faraón*, *Luces de bohemia* y *Los misterios de Tánger*, Gómez B. de Castro, 1989: 251). Así *Tasio* fue en 1983 la tercera película española con mayor subvención (Llinás, 1997: 102-103), o en realidad la primera dentro de su categoría, porque las otras dos (*La vaquilla* y *El caballero del dragón*, con 220 y 264 millones de pesetas, respectivamente) jugaban en la categoría de las producciones superiores a los 200 millones.

A estas ayudas estatales habría que unirle los derechos de antena de TVE, que supusieron 30 millones, y la ayuda del Gobierno Vasco, que llegó hasta el 25% del presupuesto (25 millones de pesetas).

La película de Armendáriz tuvo además la fortuna de ser la sexta película española más vista ese año, con 438.000 espectadores y 115 millones de recaudación (contabilizaría finalmente 555.000 espectadores y 141 millones de pesetas).

El hecho es que, aunque el presupuesto presentado por la productora fuera real, el film contaría con un total de 105 millones de pesetas de subvención (sin contar la protección sobre taquilla); cantidad que resulta de sumar todas las ayudas, subvenciones y derechos negociados. Así que podemos decir que en la época Miró las ayu-

das prestadas por el Estado no eran solamente dinero, mero instrumento de cambio, sino realmente bienes de capital.

Después de este primer film, y bajo las condiciones de producción del primer gobierno socialista, las producciones de la factoría Querejeta decrecieron de manera alarmante. Tardó dos años en realizar su siguiente film, *27 horas* (1986), que recibió una subvención del 62,5%, un total de 32 millones de pesetas (presupuesto declarado de 80 millones). Desde entonces, y salvo en el año 1995, su ritmo de producción fue de una película de ficción cada dos años. Atrás quedaban la producción en bloque de films, intentando aprovechar las economías de escala. Y también dejaba atrás buena parte de las apuestas por cineastas de diferentes estilos; en suma, tareas de mayor complejidad empresarial. Pero estaba claro cuál era su opinión: «A mí todo productor que consiga cubrir los gastos de su película, antes de comenzar el rodaje, me parecerá un tipo espléndido, y ojalá que hubiera veinte productores que hicieran 20 películas al año con las películas cubiertas antes de su comienzo. Eso sí que daría salud y buenos productos a la cinematografía nacional» (Hernández Les, 1986: 45).

Si el productor vasco hace ahora menos películas (aunque éstas sean más caras), y otros colegas hacen lo mismo, está claro que la industria del cine tendría que resentirse, como así fue. A menos películas, menos industria, pese a que entonces existiese una corriente de opinión que opinase lo contrario: «las 112 películas producidas en España en 1973 se convierten en 69 en 1987, pero eso no significa un empobrecimiento» (Losilla, 1989: 33). O como subrayaba Fernando Méndez-Leite en su etapa de director general de Cine: «menos espectadores, menos salas, equivale a menos películas, pero mejores». Esa historia ascética de purificación del cine español que algunos emprendieron acabaría por destruir no sólo el escaso tejido industrial del cine español, sino que llevaría también a un profundo divorcio entre el cine español y su público.

En definitiva, si al Querejeta de los sesenta y los setenta podemos definirle de manera un poco *sui generis* como un emprendedor, dispuesto a abrir nuevos caminos y apostar por nuevos valores, por el contrario, el productor de los ochenta se asemeja más a un inversor que, habiendo alcanzando una sólida posición empresarial, decide poner a trabajar sus activos (arsenal de películas) y «a cortar el cupón» que suponen la venta de sus películas a televisiones públicas y privadas, y mientras tanto seguirá produciendo, pero de manera pausada. Como decía un conocido economista: «A veces ocurre que la ayuda estatal a los negocios resulta tan temible como su hostilidad» (Hazlitt: 1996: 49).

Por otra parte, esta actividad del productor vasco concuerda perfectamente con el estado de la industria del cine en las épocas de García Escudero y Pilar Miró. Aunque pareciese que el auditor militar vivía de espaldas a un cine que él no consideraba de «autor», lo cierto es que, según el *Anuario del ICAA 2005*, entre los 100 primeros largometrajes españoles que han tenido mayor número de espectadores a lo largo de la

historia, 56 películas son de la época de los sesenta (y el control de taquilla se implanta en 1964), y de las diez primeras de este *ranking* la mitad pertenecen también a esta década. Está claro que García Escudero le ponía una vela a Dios y otra al diablo. Pilar Miró y sus epígonos, por el contrario, consiguieron, según datos del ICAA, que las películas españolas pasaran de ser vistas en el año 1982 por el 23,2% de los espectadores a sólo el 7,8% en el año 1989.

Por último, se ha querido ver también en la figura del productor vasco al paladín de un cine de autor muy personal y de gran calidad; un cine que es necesario defender con uñas y dientes, además de todos los subsidios imaginables. Tanto es así que, aunque no haya creado –sí al menos ha alentado– una cierta corriente de pensamiento que mantiene a rajatabla el principio de que el Estado debe proteger cierto «cine de autor», que como el del primer Querejeta difícilmente encuentra su público. De ahí que podamos leer y escuchar de directores y productores palabras como las de Gerardo Herrero (que podrían haber sido suscritas por otros compañeros suyos): «porque esto nos llevaría a que hubiera que realizar el cine español en función de potenciales espectadores...» (Anuario SGAE 2003: 289).

Pero el verdadero problema, citando de nuevo a Hazlitt, es que «el Estado jamás presta o da algo a los ciudadanos que previamente no haya obtenido de ellos mismos» (1996: 57). Es decir, las subvenciones administrativas (aunque las destinadas al cine nos puedan parecer simbólicas comparadas con las de otros sectores económicos) proceden de los impuestos pagados por todos los ciudadanos. Entonces la esencia de la cuestión es que el dinero que se presta al productor A no puede prestarse al productor B. ¿Cuál de los dos y por qué razones debe obtener el crédito? ¿Con qué criterios objetivos excluimos a alguien para concedérselo a otro?

La lógica económica de algunos productores españoles y de más de un director de cine que ha ejercido también de productor no difiere mucho –salvando todas las distancias que se quieran– de aquella mentalidad de capitán de intendencia que tenía Franco, al que no se le ocurrió otra cosa, antes de poner en marcha el Primer Plan de Desarrollo, que dar dos consignas a su equipo económico: que no hubiera paro y que no subieran los precios (Fabián Estapé, 2001: 104 y 174).

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Monzoncillo, J. M. (1994), *Cine español: viejas contradicciones en tiempos modernos*, Bilbao, Situación BBV. PP.
- Angulo, J. F.; Heredero, C., y Rebordinos, J. L. (1996), *Elías Querejeta: la producción como discurso*, San Sebastián, Filmoteca Vasca/Fundación Caja Vital Kutxa.
- Balmaseda, E. (2001), *La política de fomento del cine español en la década socialista*, pp. 77-82, en *El sueño loco de Andrés Vicente Gómez*, Madrid, Festival de Cine Español de Málaga.
- Bustamante, E. (1993), *Del cine multimedia al audiovisual integrado*, Boletín de Fundesco, n.º 141, junio.
- Castro, A. (1974), *El cine español en el banquillo*, Valencia, Fernando Torres Editor.
- Cristóbal, R. (1997), *Elías Querejeta: el hombre que hace posible la magia*, Huelva, Festival de Cine Iberoamericano.
- Dale, M. (1994), *Esperando al ave fénix. El reto de una industria cinematográfica europea*, Bilbao, Situación BBV.
- Estapé, F. (2001), *Sin acuse de recibo*, Barcelona, Planeta.
- Fernández Blanco, (1998), *El cine y su público en España*, Madrid, Fundación Autor.
- Fernández Heredero, C., y Monterde, J. E. (comps.) (2003), *Nuevos cines en España. Ilusiones y desencantos de los años sesenta*, Valencia, /Ivac/Festival Internac. Cine de Gijón/CGAI/Filmoteca de Andalucía/Filmoteca Española.
- Frutos, F. J., y Lloréns, A. (1998), *José Luis Dibildos: la huella de un productor*, Valladolid, Semana Internacional de Cine de Valladolid/Fundación Autor.
- García Escudero, J. M. (1967), *Una política para el cine español*, Madrid, Editora Nacional.
- Gómez B. de Castro, R. (1989), *La producción cinematográfica española: de la transición a la democracia (1976-1986)*, Bilbao, Ediciones Mensajero.
- Hazlitt, H. (1996), *La economía en una lección*, Madrid, Unión Editorial, 4.ª edición.
- Hernández Les, J. (1986), *El cine de Elías Querejeta, un productor singular*, Bilbao, Ediciones Mensajero.
- Hernández, M. (1976), *El aparato cinematográfico español*, Madrid, Akal Editor.
- Hidalgo, M. (1981), *Carlos Saura*, Madrid, Ediciones JC.
- Losilla, C. (1989), *Legislación, industria y escritura*, pp. 33-43, en *Escritos sobre el cine español*, Valencia, Filmoteca Generalitat Valenciana.
- Llinás, F. (coord.) (1987), *Cuatro años de cine español (1983-1986)*, Madrid, Festival Internacional de Cine de Madrid, IMAGFIC.
- Martínez Torres, A. (1973), *Cine español años sesenta*, Madrid, Editorial Anagrama.
- Ozores, M. (2002), *Respetable público*, Barcelona, Planeta.
- Pozo, S. (1984), *La industria del cine en España*, Barcelona, Edicions Universitat de Barcelona.

- Riambau, E. (1995), *La década socialista (1982-1992)*, en *Historia del cine español*, Madrid, Cátedra.
- Semprún, J. (1992), *Francisco de Goya*, pp. 439-444, en *Veintitrés biografías de pintores*, VV. AA., Madrid, Fundación Amigos Museo del Prado/Mondadori.
- Torreiro, C. (1995), *¿Una dictadura liberal? (1962-1969)*, en VV. AA., *Historia del cine español*, Madrid, Cátedra.
- Zunzunegui, S. (1987), *El cine español en la época del socialismo*, en *Cuatro años de cine español*, Llinás, F. (edic.), Madrid, Festival Internacional de Cine de Madrid, IMAGFIC.
- (2005), *Los felices sesenta. Aventuras y desventuras del cine español (1959-1971)*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica.
- (2005), *Llegar a más: el cine español entre 1962 y 1971*, pp. 130-177, en *La nueva memoria: Historia(s) del cine español (1939-2000)*, Castro de Paz, Pérez Perucha y Zunzunegui, Santos (coord.), A Coruña, Vía Láctea Editorial.

Un modelo de producción documental: *En construcción*, de José Luis Guerín

LONGI GIL PUÉRTOLAS

Universitat Jaume I de Castellón

INTRODUCCIÓN

La producción de cualquier forma audiovisual sin guión no es lo que normalmente se recomienda desde una posición académica. Pero no podemos negar que a lo largo de la historia del cine son muchos los directores que han trabajado sin guión previo al rodaje. En el campo del documental cinematográfico esto suele ser más frecuente que en la ficción. En este trabajo vamos a rastrear toda la información que a través de entrevistas, conferencias, declaraciones a la prensa, documentos institucionales y del análisis de la película nos pueden dar luz sobre la forma de producción de *En construcción* (2001), dirigida por José Luis Guerín y producida por Antoni Camín (OVIDEO TV, S. A.). Podemos adelantar que *En construcción* fue un encargo de la Universitat Autònoma de Barcelona a J. L. Guerín con una serie de condiciones *sine qua non* impuestas por el Máster de Documental de Creación donde el cineasta imparte docencia. En la idea inicial se trataba de producir una película de naturaleza documental en la que debían participar alumnos del Máster, que la producción se realizara a través de una productora independiente y que las localizaciones del rodaje se situaran en Barcelona. Guerín acepta el reto; trabaja durante tres años, impone su sello de autor, es premiado en diferentes festivales internacionales, y recibe un Goya. La crítica trata muy bien a la película, y –lo más insólito hasta la fecha para una película documental– en su estreno en sala obtiene un importante éxito comercial.

La filmografía de Guerín no es prolífica que digamos; tan sólo ha realizado cinco películas en un periodo de dos décadas, cuestión que se explica por su peculiar forma de producir y realizar, que –como su amigo Víctor Erice– requiere de mucho tiempo para preparar y filmar cada película. Sus películas gozan de una gran singularidad, razón por la cual Quim Casas lo califica de «inclasificable»¹. Marzal, sin embargo, se refería a su filmografía en otros términos.

Sus películas son una demostración de una gran coherencia creativa e inteligencia que no son nada frecuentes en el panorama contemporáneo. (...) Catalogado como director de documentales, la obra de Guerín trasciende este tipo de categoría. Más bien cabría decir que Guerín es, entre otras cosas, un cineasta que reflexiona sobre la naturaleza del cine y que invita al espectador a compartir sus inquietudes acerca del cine².

Trataremos de aproximarnos a este proceso de producción de una película que se realizó sin un guión previo y con un margen importante de libertad de creación. Con todo y a pesar de todo, hay que resaltar que *En construcción* ha marcado una época para la producción documental española en los inicios del milenio.

LA PRODUCCIÓN DOCUMENTAL DE LAS ÚLTIMAS DÉCADAS

Los antecedentes cinematográficos al auge del 2000 los tenemos que buscar en la *transición* de los setenta, cuando los cineastas españoles se liberaron del monopolio que la dictadura franquista había ejercido sobre la producción documental a través de NO-DO. El año siguiente a la muerte de Franco, tres cineastas rompieron el hielo de cuarenta años de dictadura estrenando significativos documentales: Basilio Martín Patino (*Canciones para después de una guerra*, 1976), Jaime Chávarri (*El desencanto*, 1976) y Jaime Camino (*La vieja memoria*, 1976). La mirada crítica a la memoria histórica, las ansias de libertad y las reflexiones sobre la existencia humana fueron los temas centrales de estas películas, temas que se mantendrán a lo largo del tiempo en las producciones documentales. En cualquier caso, durante los gobiernos de la UCD y del PSOE la producción de películas documentales destinadas a ser estrenadas en salas ha sido raquítica. Bajo las dos legislaturas de los gobiernos de Aznar –y a pesar de una política cultural nefasta– se han gestado diferentes condiciones que a partir de 2004, con el gobierno de Zapatero, están dando buenos resul-

¹ Casas, Q. (2002), «JLG, retrato de un cineasta inclasificable», en el DVD *En construcción*, Barcelona, Planeta.

² Marzal, J., en la presentación, junto a Company, J. M., de la conferencia «Nociones sobre el cine y la libertad» impartida por Guerín, J. L., Universitat Jaume I, Castelló de la Plana (24-IV-2004).

tados tanto por el incremento de producciones como por los éxitos cosechados en festivales internacionales.

Pero los antecedentes más inmediatos a la actualidad se encuentran en un puñado de cineastas que cultivaron este género en la última década del siglo XX, en un contexto industrial no muy favorable, de los cuales destacaremos unos pocos nombres, como Víctor Erice (*El sol del membrillo*, 1992), Ricardo Franco (*Sombras y luces, cien años del cine español*, 1994), Chus Gutiérrez (*Sexo oral*, 1994), Javier Ríoyo y Luis López Linares (*Asaltar los cielos*, 1996), Fernando Trueba (*Calle 54*, 2000) y Ana Díez (*La mafia en La Habana*, 2000).

Entre estas dos remesas de producciones (1976 y 1992) han transcurrido unos quince años, durante los cuales las salas de cine fueron un desierto interminable para el largometraje documental. Mientras en otros países como Francia, Portugal o Argentina se habían iniciado nuevas etapas y movimientos de cine documentales; en España este género no interesaba ni a productores, ni a distribuidores, ni al gobierno, ni siquiera a la misma Academia. Sin embargo, estas películas mencionadas, aunque sean muy pocas, demostraban que el cine documental podía interesar a un importante número de espectadores, a pesar de la precaria distribución que todavía arrastramos.

Entre los largometrajes extranjeros que se estrenaron en las salas españolas durante los veinticinco últimos años del siglo XX destaca la película francesa *Mourir a Madrid* (1962), de Frédéric Rossif, estrenada en Madrid en 1978; un documental con materiales de archivo que supuso una nueva mirada sobre la Guerra Civil, una mirada a la que no estábamos acostumbrados en aquellos tiempos. Y, finalizando el siglo, destaca un notable éxito artístico —y también comercial, considerando las limitaciones del género— del film alemán *Buena Vista Social Club* (1999). Un documental musical en el que Wim Wenders rescata del olvido a legendarios músicos cubanos de entre sesenta y noventa años de edad, llenos de vitalidad, que se reencuentran con el público.

De todo el conjunto heterogéneo de producciones documentales de los noventa, aunque no fue muy prolífica, cabe destacar *El sol del membrillo* (1992) y *Asaltar los cielos* (1996). Dos películas que ha tenido una influencia decisiva en los seis primeros años del siglo XXI, en los que ha proliferado considerablemente la producción documental. Por ese motivo hablamos de *boom* durante este periodo. Sólo un ejemplo: en 2004 se han estrenado en las carteleras españolas más largometrajes documentales que en toda la década anterior (1990-1999). Vamos a detenernos brevemente en estos films de los noventa por dos motivos: porque responden a diferentes modelos de producción y porque son los dos primeros documentales españoles que llevaron a gran cantidad de público a las salas de cine (40.518 y 36.977 espectadores, respectivamente).

El sol del membrillo (1992), de Víctor Erice, es un film realizado sin guión previo sobre el proceso durante el cual el pintor Antonio López trata de pintar unos membrillos de su jardín en el preciso momento que el sol los ilumina a través de sus hojas.

Número de espectadores de documentales en salas de cine entre 1975 y 2001

Autor	Título documental	Año de estreno	Espectadores
Frédéric Rossif	<i>Mourir a Madrid</i>	1962 / en Madrid 1978	343.616
Basilio Martín Patino	<i>Canciones para después de una guerra</i>	1976	830.794
Jaime Chávarri	<i>El desencanto</i>	1976	219.972
Jaime Camino	<i>La vieja memoria</i>	1976	57.543
.....			
José Luis Guerín	<i>Innisfree</i>	1990	23.089
Victor Erice	<i>El sol del membrillo</i>	1992	40.518
Carlos Saura	<i>Marathon</i>	1993	–
Chus Gutiérrez	<i>Sexo oral</i>	1994	34.135
Ricardo Franco	<i>Después de tantos años</i>	1994	28.389
Javier Rioyo y Luis López Linares	<i>Asaltar los cielos</i>	1996	36.977
Antonio Giménez-Rico	<i>Sombras y luces (Cien años del cine español)</i>	1996	–
Wim Wenders	<i>Buena Vista Social Club</i>	1999	114.381
Fernando Trueba	<i>Calle 54</i>	2000	67.921
José Luis Guerín	<i>En construcción</i>	2001	144.755

Fuente: Base de datos de películas calificadas, Ministerio de Cultura: www.cultura.mecd.es, consultada 4-I-2007. Elaboración propia.

Es una película rompedora en muchos sentidos, por su forma de producción y porque a través de ella el espectador ejerce una mirada reflexiva sobre la poética del proceso creativo.

Tanto Antonio como yo (dice V. Erice) comprendimos en seguida que no había que tratar de buscar un argumento preciso ni de establecer –al menos en una primera instancia– una ficción. Se trataba, sobre todo, de partir de las cosas tal como son y, provistos cada uno de nuestros útiles de trabajo, acudir a una cita junto a un árbol. Cinco días después, el sábado 29 de septiembre, empezamos el rodaje de *El sol del membrillo*³.

³ Erice, V. (2004), «Cómo surgió *El sol del membrillo*», folleto que acompaña a la edición del doble DVD. Madrid, Rosebud, p. 12.

El estilo cinematográfico que Erice va definiendo, desde *El espíritu de la colmena* (1977) y *El sur* (1992), y que culmina en *El sol del membrillo*, inspirará a otros cineastas de la década siguiente, especialmente en el ámbito documental. Los planos prolongados en el tiempo, dejando que los personajes hablen y que los objetos puedan ser contemplados, es una forma cruda de presentarnos una realidad que posteriormente hemos podido ver en otras películas como *En construcción, El cielo gira* de Mercedes Álvarez (2004) o *Aguaviva* de Ariadna Pujol (2005).

En otras coordenadas y con un tema muy atractivo, José Luis López-Linares y Javier Rioyo realizaron *Asaltar los cielos* (1996), un largometraje documental que narra la vida del asesino de León Trotsky y las motivaciones que lo llevaron a cometer un magnicidio de estas características. El tándem formado por estos dos cineastas ha gozado de una trayectoria continuada y claramente dedicada a la producción de documentales. A través de su empresa, Cero en Conducta, han producido de forma regular notables trabajos que van más allá del mero documental de investigación o del documental sobre la «memoria histórica», sin menoscabo de estar íntimamente relacionado con la investigación histórica y la voluntad de recuperación de la memoria.

Una de las preocupaciones de Cero en Conducta es conseguir tratar los materiales de la realidad con instrumentos habituales de la ficción, además de los clásicos y específicos de los documentales. Historias reales de nuestro presente y de nuestro pasado más reciente con un tratamiento cinematográfico. Documentales que participen de la estética de la ficción. Una forma narrativa que participe de la amenidad, del interés y del lenguaje que se debe exigir no sólo a los proyectos de ficción, sino también a los que están contruidos a partir de hechos reales⁴.

En esta misma línea de producción encontramos otras realizaciones más recientes como *A propósito de Buñuel* y *Extranjeros de sí mismos* (2000) y *Un instante en la vida ajena* (2003), realizada individualmente por José Luis López-Linares.

Desde el punto de vista de la producción, *Asaltar los cielos* supone un minucioso trabajo previo al rodaje, no sólo de un guión con una laboriosa investigación previa, sino de un exhaustivo plan de trabajo para reunir los materiales de archivo (fotografías, películas, canciones, pinturas) y rodar entrevistas en localizaciones muy dispersas (Moscú, La Habana, Santiago de Cuba, México, Barcelona, París). *Asaltar los cielos* será un referente para los numerosos documentales que sobre temas específicos de investigación histórica se producirán en la década siguiente.

Aunque la lista de documentales estrenados en las salas españolas de los años noventa sea escasa, estos títulos que hemos mencionado son los que dan paso a un rena-

⁴ Rioyo, J., y López Linares, J. L. (1997), «Los Mercader: excéntricos y revolucionarios», en la revista *Viridiana*, n.º 17, Madrid, septiembre de 1997, p. 8.

Número de largometrajes documentales estrenados en salas de cine entre 1999 y 2006

Año	Número de documentales	Año	Número de documentales
1999	2	2003	16
2000	4	2004	31
2001	8	2005	32
2002	18	2006	39

Fuente: Base de datos de películas calificadas, Ministerio de Cultura. Elaboración propia.

cimiento del género a partir del año 2001. *En construcción*, estrenada ese mismo año, puede ser el buque insignia de este «movimiento» que tomará fuerza y se consolidará definitivamente a partir de 2004, con un importante incremento anual de las producciones.

En este mismo periodo se revitalizan los estudios de cinematografía en las universidades catalanas primero (Universitat Autònoma de Barcelona y Universitat Pompeu Fabra) y posteriormente se generalizan a otras universidades y centros docentes especializados. Cursos, talleres, postgrados, seminarios, cubren un interés creciente por adentrarse en este género con el objetivo de formarse como productores y realizadores. Era evidente que, con una tradición precaria e intermitente en el campo de la producción de cine documental, no extraña que tampoco existieran programas de formación específica para preparar a profesionales en este género audiovisual⁵.

Lo que en Francia era conocido como *documentaire de création*, comienza a tenerse en cuenta en el ámbito académico barcelonés con la creación del Máster de Documental de Creación, organizado por la Universitat Pompeu Fabra en 1998, en el que participa, entre otros, Joaquim Jordà, uno de los pocos directores que ha cultivado este género hasta el final de sus días, y el propio José Luis Guerin. En este contexto se gestará la idea de *En construcción*, una película que se encuentra en el inicio de lo que conocemos como el *boom* del documental en la España de principios del milenio.

En el ámbito de los festivales y certámenes de cine ha ocurrido algo similar relacionado con el auge del género; en toda ciudad que se precie se organizan muestras y concursos de cine documental de diferentes metrajes. Por otra parte, muchos de los festivales que ya existen incorporan secciones y premios específicos dedicados al documental.

En la XLIX edición del Festival Internacional de Cine de San Sebastián, *En construcción* es la película mejor valorada en los visionados públicos de la sección oficial; sin

⁵ CDA i ICIC (2006), Estudi: *El mercat documental a Catalunya, a Espanya i a Europa*, pp. 126.

embargo, el jurado –del que forman parte Claude Chabrol y Giuseppe Bertolucci– no se atreve a otorgarle un primer premio y le concede Premio Especial del Jurado «por ser una historia que toca muchos aspectos de la vida en el Estado español de hoy, narrada con un talento cinematográfico original». En esta misma edición, la Federación Internacional de la Prensa Cinematográfica (FIPRESCI) le otorga su premio por «ser una metáfora realista de cambios existenciales». Realmente *En construcción* fue la ganadora moral del festival donostiarra de 2001, y la prensa dio cuenta del reconocimiento. Así narran los cronistas del festival la controvertida sesión en la que se proyectó la película de Guerín:

Muchos han quedado chocados por el hecho de que un film no exactamente de ficción haya sido aceptado a concurso, y otros abandonaron la sala, ya que en su primera parte a la película le cuesta arrancar. José Luis Guerín con otros cuatro ayudantes han filmado durante más de dos años el ambiente del barrio, centrándose sobre todo en la pareja formada por una joven prostituta y su novio, ambos drogodependientes. Sin embargo, al final la cinta fue aplaudida⁶.

La XVI edición de los premios Goya, sin duda los más importantes del cine español, incorporan el premio al mejor documental en 2002 y éste recae en *En construcción*. Después de quince años, la Academia tenía un deuda histórica con el documental, por lo que este año puede considerarse como el inicio de una nueva etapa para el panorama cinematográfico español. Nada importante ocurre por casualidad. La incorporación de este género –casi siempre alejado de la participación de los actores profesionales, mayoritarios en la institución académica– supone una inyección de prestigio y de presencia en los medios que repercute favorablemente en la consolidación del número de producciones de los años siguientes.

De todas maneras, si nos referimos a objetivos empresariales que permiten futuros desarrollos de producciones, hemos de adelantar que, a pesar del aumento del número de películas producidas entre 2001 y 2006, tampoco los resultados comerciales han sido mucho mejores. Según el estudio del Centre de Desenvolupament Audiovisual y del Institut Català de les Indústries Culturals (CDA i ICIC) sobre la industria de producción y el desarrollo del mercado documental en Cataluña, en España y en Europa⁷, desde 1996, tan sólo tres documentales españoles han superado la cifra de los 100.000 espectadores. Y sólo una decena de ellos ha vendido más de 30.000 entradas, como podemos ver en la primera tabla. Por lo tanto, desde el punto de vista de la distribución y la exhibición, aunque el incremento respecto a periodos anteriores

⁶ Apaolaza, J.; Elorza, C., y Torre, L., «Más aplausos en la competencia para “Last orders” y “En construcción”». Web: noticine.com, 27-09-2001.

⁷ CDA i ICIC (2006), Estudi: *El mercat documental a Catalunya, a Espanya i a Europa*, pp. 139.

ha sido notable, y a pesar de que estamos hablando de un «boom del documental» (2001-2006), paradójicamente los éxitos comerciales se reducen a poco más de una docena de películas.

SINOPSIS

254

El Raval, un barrio popular del centro de Barcelona, se ve afectado por un plan de rehabilitación urbana, y se emprende la demolición de antiguas viviendas para construir un nuevo bloque destinado a gente de un nivel económico más alto del que gozan sus anteriores vecinos. La película nos muestra los avatares de la construcción del edificio, las anécdotas de encofradores y albañiles y su relación con los habitantes habituales pobres del barrio: mendigos, inmigrantes, prostitutas, drogadictos y jubilados. El derribo y la construcción del nuevo edificio –junto a una pequeña iglesia románica del siglo X y una necrópolis romana– se erige como metáfora de las transformaciones de la vida y del transcurso del tiempo.

El arranque de la película nos presenta una serie de imágenes documentales en blanco y negro del esplendor del barrio, industrial y cercano al puerto, en la primera mitad del siglo como un lugar de entretenimiento y diversión. Ya en el planteamiento se manifiesta la multiculturalidad cuando en los cimientos del edificio se descubre un enterramiento de origen romano, alrededor del cual desfilan los medios de comunicación, arqueólogos, arquitectos y gentes de todo tipo, de diferente clase social y de diversas procedencias geográficas.

Los comentarios del encargado de obra nos llevan al visionado de la superproducción americana *Tierra de faraones* (*Land of the pharaohs*, Howard Hawks, 1955) en los televisores de las casas. Guerin da a la cita un uso sarcástico, solapando la voz del faraón Keops (preconizando la gran construcción de su pirámide) con la imagen de un indigente arrastrando su carrito entre los escombros de los edificios en derribo.

Sobre el paisaje urbano se dibujan diferentes situaciones y un rico paisaje humano a través de los diálogos y la interacción entre los personajes: un joven encofrador con una vecina a quien tira los tejos; un albañil marroquí marxista e idealista con un gallego alcohólico y pesimista; un mendigo, antiguo marino mercante, con un jubilado; una pareja de jóvenes sin casa, drogodependientes, en la que ella se prostituye para sobrevivir. Es decir, un abanico de situaciones personales y niveles sociales que, en algunos casos, se ubican en la marginalidad más absoluta. En el otro extremo –y como indicadores de un estado de bienestar– se sitúan los compradores de los nuevos pisos que, aunque políticamente correctos, se manifiestan en términos muy despectivos a la realidad del barrio.

Se trata de una película que reflexiona sobre el mundo, habla de la condición humana, del paso del tiempo, de la lucha contra la adversidad; que da voz a los *sin-voz* y, en definitiva, muestra una realidad escondida desde un compromiso ético.

SOBRE EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE *EN CONSTRUCCIÓN*

Podemos afirmar que la primera edición del Máster de Documental de Creación de la UPE, en el que José Luis Guerín trabaja como profesor, fue el marco donde surgió la idea de producir la película que tres años después conoceríamos con el título de *En construcción*. Guerín aceptó el encargo universitario de realizar un filme que se debía rodar en Barcelona. La localización no era totalmente nueva, ya que *City Life* (1990) se rodó en su ciudad natal, pero chocaba con la mirada curiosa del viajero, ya que Guerín había situado el rodaje de sus anteriores largometrajes fuera de su ciudad natal: *Los motivos de Berta* en Segovia (1984), *Innisfree* en Irlanda (1991) y *Tren de sombras* en Normandía y Barcelona (1997).

A mí me gusta mucho la mirada del viajero –siempre hablo de ello–; me parece que es una mirada más sensible, más atenta a las cosas. Con la cotidianidad, a fuerza de transitar por nuestra calle, acabamos en una especie de alienación y acabamos por no ver nada. A veces, lo más útil de un viaje es que eres capaz de observar cosas que están en tu propia calle y te obligan a replantearte tu propia calle. Yo intenté recuperar la psicología del viajero, fíjate, me hice una maleta y durante mes y medio estuve habitando en distintos hostales de ese barrio⁸.

Si al encargo me viene impuesta una manera de mirarlo, no lo acepto. El tema me daba igual; cuando los productores hablan de un tema te dan un ámbito, porque en realidad lo ha de descubrir tu mirada⁹.

Guerín aceptó realizar una película de encargo porque desde el principio le garantizaron la libertad de asumir el proyecto como propio. La propuesta universitaria incluía la colaboración de alumnos matriculados en el Máster. Estos estudiantes podían ser profesionales de los medios audiovisuales, licenciados en Comunicación Audiovisual o en Ciencias de la Comunicación y, por supuesto, interesados en formarse como promotores de proyectos, realizadores o productores de documentales. Ese equipo de estudiantes –con el que Guerín visitaba a menudo la Fílmoteca y con el que vio toda la filmografía de Orson Wells– estaba formado por Francina Cirera, Mercedes Álvarez, Nuria Esquerra, Abel García, Amanda Villavieja y Marta Andreu. Ésa es una condición *sine qua non* para comprender la naturaleza del proyecto porque es una película hecha en la complicidad íntima con ese grupo de seis estudiantes, a largo de tres años. Es muy difícil que puedas contar con la complicidad de técnicos profesionales durante tres años. Muy difícil, no: muy caro¹⁰.

⁸ Guerín, J. L., conferencia «Nociones sobre el cine y la libertad». Universitat Jaume I, Castelló de la Plana (24-04-2004).

⁹ Bonadies, A., «Conversación con José Luis Guerín», en *El universal.com*, www.noticias.eluniversal.com/verbigracia, consultado el 15-V-2004.

¹⁰ Guerín, J. L., DVD, *En construcción*, Un país de cine 2. Madrid, *El País*.

Los alumnos que participaron, si bien no tenían una experiencia profesional previa, sí disponían del tiempo necesario para este tipo de producción que requiere una convivencia del equipo con los personajes y su hábitat «natural». Como ya hizo Flaherty con los esquimales de la bahía de Hudson para realizar el emblemático *Nanuk, el esquimal* (*Nanook of the North*, 1922), una producción que se desarrolla durante dos años, aunque realmente hay una improvisada preparación previa de nueve años conviviendo con los esquimales¹¹.

Por otro lado, los honorarios que hubiese tenido que pagar la productora (OVIDEO TV) a un equipo de profesionales, por muy reducido que fuera el número de componentes, hubiese hecho económicamente inviable la producción.

En Construcción es fruto del encuentro y la relación con un equipo necesariamente joven, necesariamente cómplice y necesariamente reducido. Varios meses antes de rodar nos reuníamos, veíamos películas y charlábamos sobre ellas. En torno a esas charlas se fueron gestando cuestiones del tipo: ¿Cómo filmaremos a las personas? ¿En qué situaciones? ¿A qué distancia? ¿Cómo extraer o capturar el momento revelador, bello, significativo? ¿Cómo debemos relacionarnos con las personas que filmamos? Y también, ¿cómo relacionar a esas personas con esas otras personas que serán los espectadores? Este proceso necesitaba tiempo. Hoy no hay tiempo. Al dictado de la televisión, el tiempo es el gran becerro de oro¹².

Guerín eligió el barrio de Barcelona donde quería rodar, pero el tema de la construcción lo decidió el responsable de la institución universitaria (supuestamente Jordi Balló) sobre un listado de veinte temas. La construcción, sin embargo, era uno de los temas que más atraía a Guerín, no por el tema en sí, sino por la metáfora que de la construcción se puede urdir.

La construcción para mí era una idea muy atractiva; esa imagen de Torre de Babel, la conformación de culturas, de gentes de las procedencias más diversas: extremeños, asturianos, andaluces, gallegos, polacos, marroquíes, paquistanés...

Yo creo a pie juntillas que cuando un productor te da un tema, en este caso la construcción, en realidad no te da un tema, lo único que te da es un ámbito, el tema lo has de encontrar tú. Si hay una mirada libre, eso es lo que hace al documental en un espacio muy libre. Hay una división entre lo que podríamos llamar el tema patente, el tema obvio como es la construcción y otro que es el tema latente que más subterráneamente acaba apropiándose de la película. Eso sucede en casi todos los grandes documentales. Muchas veces los mejores documentales son producto de un encargo como es el caso de esta película mía; no fue una decisión mía, fue un encargo¹³.

¹¹ Barnouw, E. (1996), *El documental, historia y estilos*. Gedisa, Barcelona, pp. 35-37.

¹² Declaraciones de Guerín a *Voz interior*, Diputación de Málaga (2002), «José Luis Guerín. Realidad y ficción» (www.dpm-cultura.org), consultado el 24-VIII-2006.

¹³ Guerín, J. L., conferencia antes citada.

Nunca podremos saber si con otro tema la realización del documental de encargo hubiese sido tan satisfactoria como lo ha sido *En construcción*. Nunca lo sabremos. Lo que sí es cierto es la fuerte implicación del equipo de Guerín con el ambiente y especialmente con los personajes, hasta el punto de que esa apropiación de los materiales captados por la cámara y la poética de su puesta en escena han convertido a personajes que merodean la marginalidad en dignos protagonistas de un relato capaz de emocionar a miles de espectadores.

La introducción de los equipos digitales en la producción audiovisual se ha ido generalizando poco a poco, especialmente en los rodajes de documentales, ya que ofrece una serie de ventajas que hacen viables muchas de estas producciones. La ligereza de los equipos, la economía de alquileres y de metrajes y la inmediatez del video hacen viables películas que serían imposibles si se tuviesen que filmar en negativo de 35 milímetros. Las texturas del cine y las del video son muy diferentes y el cineasta deberá optar por una o por otra, según la estética que desee para su película.

Es muy importante elegir bien las herramientas cuando haces una película. De la misma manera que un escultor si trabaja sobre bronce, sobre madera, sobre mármol va a tener resultados muy diversos. Yo recurrí a la cámara digital para hacer *En construcción* porque si no no podía visibilizar lo que tenía que visibilizar.

Yo empecé a rodar la película en cine, en 16 mm. Pero enseguida vi que no nos servía esa herramienta. Era un momento, además, en el que no existía el cine digital. Yo no había visto películas realizadas en video; era el año 98 cuando empezamos. La única experiencia que conocía eran las escenas que rodó Víctor Erice en *El sol del membrillo*¹⁴.

Como ya hemos señalado anteriormente, el proceso duró tres años, un periodo muy largo para una producción, de los cuales el primer año se dedicaron a conversar con las personas, a conocerlas y ganarse su confianza. Lo que en términos académicos denominamos periodo de investigación previa.

Un año es un tiempo que empleo en todas las películas para inventármelas, organizar la producción, conseguir dinero, ver las televisiones que entran y aproximarme al tema, conocer a la gente, charlar, convivir con ella, vaciar hemerotecas y libros. Pero, sobre todo, la charla es irremplazable como punto de partida, no sólo para un documental, sino para cualquier película. El cine que me interesa surge como un gesto de curiosidad por el mundo, hacia el mundo, de la relación con los otros, como esto que estás haciendo tú, ir hablando con un casete con distintas personas y pensar sobre lo que te dicen¹⁵.

¹⁴ Fernández, C., y Molina, A., «Conversación con José Luis Guerín» (www.pulpmovies.org/entrevistas/guerin.html, 24-08-2006), publicada originalmente en la revista *Cabeza Borradora*, n.º 3, Madrid.

¹⁵ Bonadies, A., entrevista antes citada.

En el proceso de producción de una película el guión tiene diferentes funciones que responden a los múltiples criterios y a las diferentes formas de entender la producción cinematográfica. El guión sólo es un medio para llevar a la práctica las ideas que al final del proceso se convertirán en historias contadas con imágenes y sonidos. El fin –en este caso– puede justificar el medio empleado. El guión efectivamente es una herramienta para el director y el resto del equipo para llevar a buen puerto cualquier producción audiovisual, pero también es un instrumento para el control.

En el cine clásico encontramos ejemplos de directores que han trabajado el guión de formas muy distintas. Alfred Hitchcock era partidario de planificar bien todas las películas y se vanagloriaba de no leer nunca el guión mientras rodaba ya que se lo sabía completamente de memoria. En el rodaje de *Los pájaros* (*The birds*, 1963) llevó a cabo improvisaciones porque había encontrado «imperfecciones»¹⁶. Esto nos da una idea del minucioso trabajo previo que desarrollaba, dibujando los encuadres y los movimientos de cámara y de actores. El rodaje era sólo una fase del proceso que consistía en transferir la historia del papel al celuloide. En el otro extremo, Charles Chaplin sólo describía de forma simple las situaciones y los motivos que iba a rodar dejando margen a la interpretación azarosa de los actores.

El modelo de producción de *En construcción* se asemeja más a las formas de Chaplin. Con el material rodado se va descartando y construyendo la estructura secuencial de la película a medida que se va rodando el material. Con el visionado en la sala de montaje, aprovechándose los diálogos y las interpretaciones que la cámara ha captado de forma imprevista, se van articulando las acciones de los personajes, la relación entre ellas, las secuencias.

El cine suele concebirse así, pues, como la ejecución de un plan previsto. Yo quería ir descubriendo la película que estaba haciendo, de tal modo que íbamos alternando fases de rodaje con fases de montaje. En el montaje analizábamos las secuencias como se van formando, el desarrollo de los personajes, y eso nos permitía, en ese análisis sobre la mesa de montaje, programar, prever posibles líneas de rodaje posteriores. Esa alternancia de rodaje y montaje sería lo que vendría a suplir la idea del guión. Porque la película, siendo de naturaleza documental, tiene una estructura, una secuencialidad, una relación de causas y efectos que la hacen muy similar a una narrativa de una película de ficción¹⁷.

El guión es también un elemento de control de la producción que ejercen las empresas e instituciones que financian el proceso y, por tanto, tienen la potestad de saber qué se va a hacer con su inversión. Un guión cerrado al estilo de Hitchcock da mucha más seguridad a un productor que un bosquejo en una hoja de papel. Esta función

¹⁶ Truffaut, F. (1993), *El cine según Hitchcock*. Madrid, Alianza, pp. 248-249.

¹⁷ Guerin, J. L., DVD antes citado.

del guión como mecanismo de control es lo que Guerín critica e intenta rehuir. Sin embargo, no siempre ha tenido la oportunidad de trabajar sin guión previo; en su primer largometraje, *Los motivos de Berta* (1983), tuvo que rodar con un guión cerrado.

En la actualidad, se vive un control despótico, un sometimiento del cine a una noción del guión muy restrictiva. El guión no tanto como herramienta de trabajo para crear una película sino en tanto que control económico e ideológico de lo que queremos hacer. Y cuando se dan cursos sobre guión y tal y yo creo que ese fantasma está planeando constantemente. La cuestión es: ¿qué estamos haciendo? ¿Estamos haciendo un guión verdaderamente como principio creativo y activo de una película o estamos escribiendo un guión para seducir a una comisión de televisión, para seducir a un Ministerio de Cultura o para seducir a los de Telefónica?... Es uno de los motivos por los que últimamente me he sentido más cómodo en las modalidades del documental, porque es más fácil esquivar ese control tan terrible del guión de dramáticos, por así decirlo¹⁸.

Si no existe un guión previo, tampoco existen los diálogos escritos para que los personajes los interpreten. Preguntado sobre esta cuestión, Guerín afirmó que todos los diálogos de *En construcción* fueron improvisados por los personajes y él sólo se limitó a seleccionarlos.

¿Cómo hacer para que afloren diálogos tan bellos como los de esta película? Por una parte, está el criterio de selección de personajes, de conocerlos, de saber cómo piensan, y no sólo los escoges por lo que tengan de fotogénicos o emblemáticos, sino, sobre todo, por el juego dramático que te pueden permitir en la relación con los otros. De esa confrontación va a surgir la puesta en escena¹⁹.

Si en *En construcción* hay una característica formal que lo aleja del reportaje televisivo es la forma en que interactúan los personajes. Generalmente, se les nota ajenos a la presencia de la cámara y prescinden de la mirada al «entrevistador» que interpela al personaje desde un fuera de campo pegado al eje de cámara.

En cualquier caso, la puesta en escena, que consiste en dar coherencia discursiva a los elementos de la acción descritos en el guión, en los casos en que el guión previo no existe, trata de recrear situaciones. Precisamente aquellas que anteriormente han sido investigadas y son susceptibles de dar juego dramático por ellas mismas o relacionándose con otras. Frente a la técnica clásica de la puesta en escena, Guerín se inclina por una *puesta en situación*.

Creo que en el caso de *En construcción* he utilizado una serie de estrategias y mecanismos cinematográficos que hacen que antes de hablar de puesta en escena prefiera hablar de

¹⁸ Guerín, J. L., conferencia antes citada.

¹⁹ García, J., entrevista antes citada.

«puesta en situación», que consiste en crear una serie de pequeñas circunstancias que generan la aparición de una situación reveladora²⁰.

La interactividad que se da entre personajes y los interesantes diálogos que se desarrollan entre ellos nos hizo pensar que el albañil magrebí –por ejemplo– era un actor colocado por Guerín para actuar de gancho, tirar de la lengua y animar el diálogo.

260

Yo no puse a nadie. Con la complicidad del encargado de obras, le pedí: ¿Tú no me puedes poner a éste con éste? Por ejemplo, al peón marroquí pedí que lo pusiera con el albañil gallego. Me parecía que era un binomio muy interesante; a mí me recordaba a Don Quijote y Sancho Panza, un gran idealista confrontado a la negación absoluta de todo, y era interesante la situación que se creaba entre los dos²¹.

Las personas que tienen el estatuto de personaje dentro de la película es lógico que tengan un documento firmado que evite conflictos en relación a los derechos de imagen. Sin embargo, un aspecto que irritó a Guerín fue la exigencia por parte del equipo de producción de pedir «autorizaciones» por escrito a la gente que espontáneamente se acercaba a la localización que se estaba rodando. Personas que la cámara de Guerín se disponía a filmar aunque después tuviesen una presencia reducida en la película. Esto sucedió en el lugar donde aparecieron los esqueletos de origen romano.

Hay una escena en la película muy importante para mí, en la que aparecen unos restos humanos en la obra y se agolpa todo el vecindario hablando sobre esos restos humanos. El productor me envió a un chico: «Tenemos que saber a cada persona que filmas para interrumpir antes de que hable y que firme...» Eso anula todo. Tuve una disputa con el productor y le dije que no iba a hacer eso. Si hay problemas, se quita la escena luego. O vamos a juicio o lo que sea. Luego, no ha habido ningún juicio, ninguna persona ha pedido nada... Esto trajo enormes tensiones con los productores, no con las personas filmadas²².

La puesta en situación que utiliza Guerín requiere muchas horas de filmación. No porque haya que repetir escenas sino porque, con el tiempo, los personajes se desinhiben de los condicionamientos de la cámara, se reinterpretan a ellos mismos y desatan sus ganas de expresarse y dejarse oír.

Durante el primer año sólo nos dedicamos a dialogar y convivir con los chicos del barrio, a conocer sus gustos y a conocerlos a ellos mismos. Durante los dos años siguientes tuvimos que formar parte del paisaje, que se acostumbraran a las cámaras, y ésa es la forma de que todo parezca natural sin usar cámara oculta, que era lo que nunca quisimos hacer.

²⁰ García, J., entrevista antes citada.

²¹ Guerín, J. L., conferencia antes citada.

²² *Ibidem*.

La gente que aparece en la cinta son realmente personajes de ficción, porque en el momento que desempeñan un papel, tratas la imagen, condensas experiencias y manipulas el montaje, estás haciendo de ellos auténticos personajes²³.

Durante los dos años que duró el rodaje en el barrio barcelonés del Raval se filmaron aproximadamente unas ciento veinte horas en Betacam digital; eso supone muchas horas de visionado, otras tantas de montaje y descartar muchos fragmentos que podrían servir para montar otra película sobre el mismo tema.

La renuncia, aunque dolorosa, es una parte esencial del cine. Prefiero desarrollar las secuencias –creo mucho en la secuencia larga– que trocear todo y que haya lugar para muchas pequeñas cosas. A mí me gusta mucho la evolución espacio-temporal de los personajes en un sentido casi teatral. Por eso me centro en unos pocos personajes aunque a veces me asalta la idea de que los mejores momentos han quedado afuera²⁴.

Tanto la puesta en situación como el montaje son esenciales para determinar el tipo de discurso que se quiere construir. Más allá del tipo de soporte audiovisual (video o negativo cinematográfico), el cine de naturaleza documental que hace Guerin –contrariamente al reportaje de investigación periodística– se caracteriza por presentar un tipo de discurso que invita a la reflexión, que deja espacio al espectador para que interprete la realidad y descubra las formas del propio discurso.

Si queremos que el cine sea de verdad un medio de comunicación, se debe respetar ese espacio del espectador para que sea invitado a ser correalizador de la película, y sólo ahí concluye la experiencia de una película: en la mente activa del espectador. Si no, no se cierra realmente el círculo. En ese sentido, el cine de consumo procede de una manera cada vez más agresiva con el espectador en cuanto que le usurpa completamente su espacio y lo trata únicamente como consumidor que debe consumir rápidamente, y olvidar lo más rápidamente posible para estar en condiciones de volver a consumir. Son estatus bien distintos: el del consumidor y el del espectador²⁵.

El modelo de producción de *En construcción* es heredero de los movimientos del cine documental que se generaron a partir de los años cincuenta con la aparición en el mercado de equipos ligeros de filmación con sonido sincronizado. El *free cinema* inglés posicionó a los realizadores como «observadores» que apenas intervenían y mostraban lugares que la sociedad mantenía ocultos. El *cine directo*, tal como lo denomina Barnow, se sitúa en esa misma línea de intervención mínima e incluso conside-

²³ Atala Martín, entrevista a J. L. Guerin, «El Barrio Chino barcelonés es una metáfora de todas las ciudades del mundo», web: www.terra.es, 29-09-2001.

²⁴ García, J., entrevista antes citada.

²⁵ Fernández, C., y Molina, A., entrevista antes citada.

raba los comentarios de la voz *over* como un obstáculo entre la película y el espectador. En el *cinéma vérité*, el realizador interviene en la acción para desarrollar determinadas situaciones²⁶. Éste no es el caso de Guerín, aunque hay que reconocer que la mera presencia de la cámara ha provocado situaciones y diálogos que no hubieran tenido lugar sin ella.

Cada tema y cada objetivo, cada público requiere un tratamiento particular del guión. Lo que tal vez unifica todas las variables es que un guión documental no puede ser considerado como concluido antes de terminado el montaje²⁷.

CONCLUSIONES

Cuando el primer paso de la producción no es el guión, el trabajo de investigación previa requiere de mucha más dedicación para el conocimiento de las personas que luego son susceptibles de convertirse en personajes. Las situaciones que ellos pueden generar frente a la cámara serán la materia prima para el montaje y para buscar continuidad a otras situaciones nuevas.

Trabajar sin guión previo es una técnica que ha utilizado el cine documental tradicionalmente y es una característica que lo diferencia de otros cines institucionales (de promoción, industrial, de empresa, turístico, de propaganda política, de relaciones públicas) que necesitan de un control previo de sus contenidos. El documental sin guión previo, sin embargo, se beneficia de una libertad de creación que no permiten otros géneros cinematográficos.

El montaje del material filmado sin guión significa que es necesario elaborar *a posteriori* un «guión de montaje» o un montaje «sobre papel»²⁸. En estos casos, el procesado de todas las tomas de cámara tendrá un tratamiento similar al material de archivo, aunque sea reciente. Se trata de un material con el que vamos a articular un discurso y que, en principio, no teníamos prevista su posición en el montaje final y es susceptible de adoptar múltiples formas de combinación.

El proceso se iniciará descartando todo el material filmado que –por diferentes motivos– no interesa; después podemos diseñar una estructura narrativa; a continuación, destinar cada fragmento a una parte concreta de la estructura, establecer un orden y determinar la banda sonora. El guión sólo estará finalizado cuando la película quede montada y sonorizada.

²⁶ Barnouw, E. (1996), *El documental, historia y estilos*, Gedisa, Barcelona, pp. 204-231.

²⁷ Feldman, S. (1996), *Guión argumental. Guión documental*, Gedisa, Barcelona, p. 80.

²⁸ Rabiger, M. (1987), *Dirección de documentales*, Madrid, IORTV, p. 114.

Maurice Tourneur y el ocaso de la figura del director-productor en el Hollywood de 1920

CARMEN GUIRALT GOMAR
Universidad de Valencia

263

De los pioneros cinematográficos que emergieron en Estados Unidos en la década de 1910, Maurice Tourneur (1876-1961) es probablemente el más injustamente olvidado. En los manuales de historia del cine, o bien no se le menciona, o se hace únicamente por su vinculación con la vanguardia experimental norteamericana a través de dos films –*The Blue Bird* y *Prunella*, ambos de 1918. El descuido historiográfico es alarmante, pues si bien Tourneur disfrutó de una popularidad similar a la de David W. Griffith, a partir de un determinado momento su reputación artística fue aún mayor. Paradójicamente, es casi exclusivamente conocido por ser el padre del director Jacques Tourneur, quien aprendió el oficio como su ayudante a finales de los años veinte. Tourneur no desarrolló su carrera –la parte más importante de ella– en Hollywood ni forma parte de sus orígenes fundacionales. Aunque activo en Norteamérica desde 1914, centró sus operaciones en Fort Lee, New Jersey. La escasa atención de que ha sido objeto este importante centro de producción nacional puede explicar, en parte, la omisión sobre su figura. En esta primera etapa (1914-1918), Tourneur no sólo ejerció como productor-director de sus largometrajes, sino que, como muchos destacados pioneros –Thomas H. Ince, Mack Sennett, Griffith o Cecil B. DeMille–, fue también supervisor de la producción de varias factorías cinematográficas, American Eclair y los Peerless Studios, y finalmente en 1916, gracias a su alianza con el representante de Eastman Kodak Co. Jules Brulatour, se convirtió en vicepresidente y director general del Paragon, el último de los grandes estudios de Fort Lee y en su día el complejo

cinematográfico más grande y moderno del mundo. Sus años en Hollywood (1919-1926), aunque superiores en número a los empleados en el Este, estuvieron caracterizados por el fracaso. Llegó arremetiendo constantemente contra los nuevos procedimientos a los que allí se veía sometido —el naciente *studio system*— y se desmoronó no sólo como realizador, sino como productor independiente —Maurice Tourneur Productions, Inc.— dentro de un consorcio de productores-directores que intentaban lanzar al mercado sus creaciones al margen de las grandes firmas —Associated Producers, Inc. Su forma de aproximarse al oficio, con la libertad propia de la Costa Este, donde el director era asimismo productor y jefe de todo un equipo que participaba en todas sus películas, había quedado obsoleta. El cine tampoco estaba ya al servicio del arte, sino que ahora se encontraba sujeto a los intereses de Wall Street. Grandes compañías verticalmente integradas con poderosos circuitos de distribución monopolizaban el mercado y terminaron por expulsar a todos estos pioneros del negocio cinematográfico. Estos productores-directores, que habían ejercido un dominio absoluto sobre las distintas fases de creación de sus films, no tenían cabida en Hollywood. En el transcurso de los primeros años de la década de 1920 prácticamente todos fueron aniquilados o convertidos en meros empleados del sistema. Y Tourneur se marchó, en 1926. Regresó a su Francia natal, donde continuó dirigiendo hasta 1948, aunque nunca volvió a conocer el éxito que había logrado en Norteamérica, en Fort Lee, durante la segunda mitad de la década de 1910.

Maurice Tourneur nació en Belleville, un distrito periférico de París, en 1876. Se inició en el terreno de las Bellas Artes como ilustrador de libros y revistas de lujo, carteles y textiles, y después de este entrenamiento formó parte de los talleres del escultor Auguste Rodin y el muralista Puvis de Chavannes. De ahí pasó al teatro, como actor y regidor, y finalmente al cine. Llegó a los Estados Unidos en mayo de 1914 cuando Charles Jourjon, presidente de la Société Française des Films et Cinématographes Éclair, para la que trabajaba en Francia, le propuso encabezar la producción de la filial que la compañía había establecido en Fort Lee desde 1911. A pesar de los datos incluidos en muchas filmografías tradicionales, lo cierto es que nunca llegó a realizar un film para la firma. No le dio tiempo. El 19 de marzo de 1914 un incendio destruyó sus laboratorios y se cerraron las instalaciones de la Costa Este¹. Su contrato, como el del resto de empleados de Éclair, quedó ligado entonces a los empresarios de Broadway Lee y J. J. Shubert y a William A. Brady. Tras múltiples acuerdos y fusiones, Brady-Shubert Pictures, Equitable Motion Pictures Co., de Arthur Spiegel y Lewis J. Selznick, padre de David O'Selznick, y Peerless Feature Producing Co., de Jules Brulatour, terminaron operando en los Peerless Studios, construidos en 1914 por este último. Las tres empresas se unieron y adquirieron World Film Corporation

¹ Los estudios de Tucson, Arizona, cerrarían al año siguiente.

para distribuir sus producciones, motivo por el cual los Peerless Studios fueron conocidos como World-Peerless, y la sociedad, aunque estaba constituida por tres entidades diferentes, comenzó a ser conocida con el nombre de la distribuidora².

Sus competencias como supervisor de la producción de Éclair no desaparecieron con su traslado a los Peerless Studios. Con fecha de 28 de noviembre de 1914, Tourneur expresaba a Moving Picture World su enorme satisfacción al trabajar en América y haber sido nombrado responsable del nuevo edificio (MPW, 1914: 1242/Koszarski, 2004: 170), aunque no conocemos cómo dirigió la factoría. Es cuantiosa, en cambio, la documentación relativa al siguiente complejo que administró, Paragon. Teniendo en cuenta que sus realizadores eran los mismos, pues las dos firmas estaban sujetas a Jules Brulatour y World Film Corporation, es de suponer que sus métodos no diferirían mucho. Y, como a continuación veremos, Tourneur concedió a los directores del Paragon una completa confianza y libertad de actuación. En absoluta contraposición con los métodos de, por ejemplo, Thomas H. Ince, era partidario de la no-intromisión, tanto para él como para sus directores contratados, ya que lo consideraba esencial para la creación artística. Fue en World-Peerless cuando Tourneur creó su primer equipo de filmación permanente que, con él como realizador-productor, le siguió en todas sus películas y pasó por distintas empresas: el cámara John van den Broek –hasta su muerte en 1918–, el director artístico Ben Carré –hasta 1919– y el ayudante, montador y director de segunda unidad Clarence Brown –hasta 1921–, el único norteamericano y no proveniente de Éclair.

Desde la perspectiva de la producción, el cenit de Tourneur en Norteamérica lo encontramos en 1916 cuando su coalición con el magnate de Kodak Jules Brulatour le convirtió en vicepresidente y director general del recién concluido Paragon. También desde el punto de vista artístico, pues fue aquí donde realizó la parte más exitosa y productiva de su carrera: *A Girl's Folly* (1917), *The Pride of the Clan* (1917), *The Poor Little Rich Girl* (1917), *The Blue Bird* y *Prunella*. Para Jan-Christopher Horak, el ascenso de Tourneur y otros directores-productores a cargos directivos es producto de la ausencia de estandarización y del funcionamiento cinematográfico preindustrial propio de estos años (1988: 274). Ciertamente, si tal asunción se entiende en virtud de que podían participar libremente de la fundación de las empresas, ya que estos cineastas no fueron simplemente encaminados a puestos ejecutivos, sino que contribuyeron activamente al establecimiento de estudios. Además de los casos más conocidos y ya citados, otro a destacar es el de Herbert Brenon, quien erigió también en Fort Lee su propia factoría, Ideal Studio, y más tarde fue igualmente absorbido por el *studio system*.

Paragon Films, Inc., había sido constituida el 31 de marzo de 1915 por Jules Brulatour, quien dos meses más tarde adquirió una gran propiedad en John Street y dio paso

² World Film Corporation fue la única de todas las compañías de Fort Lee que permaneció toda su vida en el Este.

a la edificación del estudio. Su tercer socio financiero fue William A. Brady, razón por la que sus películas fueron distribuidas a través de World Film Corporation. Brulatour, quien había llegado a convertirse en multimillonario gracias a su contrato en exclusiva con Eastman Kodak, confirió al Paragon todo tipo de abastecimientos. Inaugurado el 1 de diciembre de 1915, aunque todavía sin finalizar, costó casi un millón de dólares y poseía múltiples innovaciones y mejoras: la creación de escenarios giratorios³, un puente de acero móvil capaz de desplazarse por la estructura interior, la eliminación de las vibraciones del suelo, paredes constituidas por paneles corredizos en dos de sus extremos, etc. En una entrevista de 6 de noviembre de 1915, «Tourneur Heads New Firm», el director hizo partícipe a la prensa de cuáles eran los objetivos de la nueva empresa. La «Calidad, no la Cantidad» era el lema de la corporación, y proseguía: «La nueva compañía me permitirá presentar photo-dramas de cinco o más bobinas cada uno, junto con especiales [...] Nosotros no intentaremos producir un millón de pies a la semana, ni siquiera de treinta a cuarenta bobinas, ya que nada realmente artístico puede conseguirse con ese tipo de producción» (*Motography*, 1915). Mientras que en enero de 1916, cuando un entrevistador anónimo de *Motion Picture News* intentó son-sacarle cuáles eran las responsabilidades de Paragon con World Film Corporation, Tourneur volvió a hacer hincapié en que tan sólo la realización de buenas películas era el cometido de la compañía: «Paragon no está obligada por contrato a producir un determinado número de películas al año. Nosotros haremos tantas como sea posible, probablemente dos o tres al mes» (*MPN*, 1916: 316/Koszarski, 2004: 230-231). De estas manifestaciones previas al auténtico funcionamiento del estudio dos factores llaman enormemente la atención. Por un lado, la naturaleza inminentemente francesa del Paragon. Ésta era la atmósfera que había regido en los Peerless Studios y fue transferida por Tourneur de forma intencionada a la organización: «Nosotros ya hemos contratado a los mejores directores franceses que hay en América, los mejores guiones originales y las adaptaciones de las obras recientes de los gerentes teatrales más exitosos» (*Motography*, 1915)⁴. Efectivamente, Emile Chautard y Albert Capellani, los franceses más exitosos de Peerless, fueron inmediatamente trasladados al Paragon. Por otro, la absoluta independencia concedida por Tourneur a sus realizadores, subrayada por él en todos estos documentos (*Motography*, 1915):

Tendré tres o como mucho cuatro directores además de mí mismo, y éstos tendrán suficiente espacio y privacidad para su trabajo. Intentaré eliminar las prisas, ya que el tiempo

³ Estos escenarios giratorios son los que aparecen en la película de Maurice Tourneur *A Girl's Folly*, que trata sobre el mundo del cine y donde puede contemplarse todo el estudio y personal del Paragon.

⁴ Al haber heredado a los antiguos trabajadores de Éclair, los Peerless Studios estuvieron impregnados por un ambiente inminentemente francés. Además, Jules Brulatour, el propietario de ambas factorías, era oriundo de Burdeos, hablaba francés perfectamente y se dirigía en su lengua nativa a todo el personal.

es muy importante para el creador artístico en cualquier forma de esfuerzo. [...] No dudaremos en gastar dinero para asegurar los resultados deseados, y puesto que nuestros directores han sido tan cuidadosamente escogidos, son completamente merecedores de la mayor confianza.

En realidad, la misma independencia que reivindicaba para sí fue la que garantizó a los directores del Paragon. Teniendo en cuenta estos antecedentes, resulta absolutamente comprensible su drástico final en 1926 y que abandonase súbitamente Hollywood cuando intentaron someter su trabajo a la supervisión de un directivo. De su primera película para Paragon Films, Inc., *The Hand of Peril* (1916), tan sólo ha sobrevivido una famosa fotografía, divulgada con leves diferencias en numerosas publicaciones (Koszarski, 1973: 29). Se trata de una innovación visual no realizada nunca hasta ese momento, donde las nueve habitaciones de una vivienda aparecen incluidas en un mismo decorado que se muestra al espectador como tal. La explicación de Ben Carré del porqué de su construcción proporciona una idea bastante clara del extraordinario grado de libertad de Tourneur y su grupo en el Paragon: «La acción reclamaba constante movimiento de una habitación a otra, y esto me dio la idea de utilizar un corte transversal de una casa. Yo temía que Tourneur y Van den Broek no entendieran mi idea, pero estuvieron entusiasmados, y yo estaba feliz de haberme atrevido» (Geltzer, 1961: 196-197). A partir de una sugerencia espontánea se procedió, pues, a la arquitectura de ese inmenso decorado, por lo que determinados supuestos, como el del triunfo y adopción definitiva en 1914 de un guión de continuidad, donde estaban detallados los planos y localizaciones del film para tener controlado el presupuesto antes del inicio de rodaje (Bordwell, Staiger y Thompson, 1997: 151-152), no son aplicables con respecto al funcionamiento de Tourneur en el Paragon.

Y es que fue en este estudio donde Tourneur, bajo la tutela de Jules Brulatour y asistido por su equipo habitual, pudo dar rienda suelta a todo su entrenamiento anterior en Bellas Artes y la escena francesa. Y aunque a finales de 1916 Paragon Films, Inc., dejó de producir y el estudio fue arrendado a Famous Players-Lasky Co., Brulatour continuó financiando sus películas y arregló para él un contrato especial que le garantizaba la dirección de las estrellas de la casa –Mary Pickford, Olga Petrova y Elsie Ferguson– y la utilización permanente de las instalaciones –Tourneur pasó el resto de su vida artística de Fort Lee en el Paragon. Tres películas con temática arraigada en el mundo de los sueños y la fantasía surgieron entonces: *The Poor Little Rich Girl*, *The Blue Bird* y *Prunella*. En ellas Tourneur experimentaba con la profundidad de la imagen, aplicando dispositivos del teatro y exhibiendo la evidencia de la representación; pero mientras que en la primera los decorados estilizados y los elementos abstractos eran introducidos en determinadas secuencias justificadas por la narración, *The Blue Bird* y más todavía *Prunella* eran propuestas muy radicales, obras de absoluta van-

guardia cinematográfica donde nada estaba explicado ni expuesto de forma «realista». Fueron estas creaciones las que forjaron su elevada reputación artística, pero las dos naufragaron estrepitosamente en taquilla.

Pese al enorme margen creativo que se le había permitido, el que antaño había estado a la cabeza de dos grandes estudios no quería ser por más tiempo un director bajo contrato. Anhelaba una libertad todavía mayor, y en 1918, ayudado por Brulatour, fundó Maurice Tourneur Productions, Inc. Esta decisión parecía responder al deseo de llevar a cabo más obras experimentales; sin embargo, cuando Tourneur vio su propio dinero en juego, y no el de Famous Players-Lasky Co., cambió radicalmente de estrategia. Temeroso de las pérdidas económicas y del rechazo mayoritario, volvió a propuestas mucho más tradicionales. Paralelamente, a la vez que promocionaba su nueva empresa, inaugurada con *Sporting Life* (1918), inició el primero de sus ataques contra el *star system*, principal estandarte del cada vez más asentado *studio system*. Él consideraba que tendía a estereotipar los argumentos y actuaba en detrimento de la industria, y haciendo alarde de sus ventajas frente a las grandes compañías decía (*New York Times*, 1918: 38):

Consideren el problema del productor con un grupo de estrellas. Él debe manufacturar películas regularmente, usando estas estrellas, en intervalos sistemáticos, para tener éxito. [...] El productor independiente, en cambio, puede permitirse el lujo de seleccionar a la estrella que más se adecue a su photo-drama o producir su obra cinematográfica como él cree que debería producirse. Puede poner tiempo, atención pormenorizada y cuidado en sus esfuerzos, a diferencia de las producciones hechas por máquinas del *star system*.

Tourneur se trasladó a Hollywood en 1919 y casi desde el primer momento comenzó a protestar contra el sistema. Se abalanzó contra los espectadores y los propietarios de los cines. En un agresivo manifiesto publicado por *Shadowland* en mayo de 1920, pero cuyo contenido parece anterior, escribía: «Mientras el gusto del público nos obligue a hacer lo que con justicia se llaman historias hechas por máquinas, sólo podemos resignarnos y darles lo que quieren» (Tourneur, 1920/Koszarski, 1976: 79). Tal actitud procedía en realidad de un malestar interior. Tourneur concebía el cine como la manifestación del director-artista-creador, pero al haberse convertido en su propio productor se vio obligado a realizar films *para todos los públicos* y ello le damnificó profundamente. El solo título de este artículo, «Bucking the System... or Bucking Under: Meeting the Public Demands», indicaba ya el conformismo al que había optado por someterse. Su experiencia, decía, le había demostrado que hacer películas era sólo un negocio comercial, como hacer jabón, y para tener éxito tenía que realizar productos que vendiesen. Su conflicto como productor-director era expresado en los términos más drásticos: «Tenemos la elección entre hacer películas malas, tontas, infantiles e inútiles, que den mucho dinero y hacer a todo el mundo rico, o buenas historias, que están prácticamente perdidas. Nadie quiere verlas. Los compradores directos no las comprarían; si lo hicieran, los exhibidores no las mostrarían» (Tour-

neur, 1920/Koszarski, 1976: 76). Más adelante revelaba por fin el trasfondo de estos comentarios: «Recuerdo la alegría que tuve cuando leí lo que los críticos tuvieron que decir sobre mi *The Blue Bird*. ¿Sabes, entre los cientos de exhibidores de Nueva York, cuántos la mostraron? Hasta donde yo sé, el Sr. Rothapfel y unos pocos compañeros del distrito norte» (Tourneur, 1920/Koszarski, 1976: 76). Avanzado el texto proseguía: «*Prunella* fue una de mis producciones de las que los críticos hablaron de logro artístico. [...] pero los encargados de las salas más pequeñas la consideraron “demasiado intelectual” para sus clientes» (Tourneur, 1920/Koszarski, 1976: 79). Efectivamente, distribución y exhibición eran factores clave para asegurarse un lugar en el negocio y en esos momentos las principales productoras ya estaban organizadas: Famous Players-Lasky Co., Loew's/Metro Pictures Co. (todavía sin Goldwyn Pictures Co.) y Fox Film Co. Todas habían configurado potentes redes de distribución y adquirido en propiedad numerosas salas. Verticalmente integradas, controlaban así las tres ramas del mercado: producción, distribución y exhibición. Para contrarrestar su avance, en especial el de Famous Players-Lasky Co., los independientes habían comenzado a formar distintas sociedades: First National Exhibitors' Circuit, Inc., (1917) y United Artists (1919) fueron las más importantes. La primera, una agrupación de exhibidores que también distribuía a independientes, empezó a producir en 1922, cambiando su nombre a First National Pictures, Inc. La segunda había sido establecida como distribuidora por Mary Pickford, Douglas Fairbanks, Griffith y Charles Chaplin para salvaguardar su autonomía, creativa y económica, ante las grandes firmas. A su imagen y semejanza nacería Associated Producers, Inc.

Al poco de su llegada, Tourneur se vio en la necesidad de reorganizar su equipo técnico, que había quedado notablemente mermado. Estando todavía en el Este, su cámara John van den Broek, se ahogó mientras filmaban los exteriores de *Woman* (1918) en las costas de Maine. Entretanto le había dejado Clarence Brown, a causa de la contienda bélica. Y después, ya en Hollywood, el siguiente fue Ben Carré, quien marchó para trabajar con Marshall Neilan. Rápidamente estableció un segundo equipo de filmación: René Guissart a cargo de la fotografía, Charles J. van Enger como segundo cámara, Floyd Mueller en la dirección artística y Jack Gilbert –después muy famoso como John– como protagonista, director de casting, ayudante de dirección y guionista. A este segundo grupo se uniría de nuevo, tras el armisticio, Clarence Brown. Durante su primer año en Hollywood, Tourneur produjo de forma independiente, con relativo éxito, estrenando a través de Famous Players-Lasky Co., como «Paramount-Artcraft Special», acuerdo que le había conseguido Jules Brulatour. Pero a comienzos de 1920 se ocasionó su primer altercado con la compañía cuando Adolph Zukor se negó a estrenar su largometraje *The Glory of Love*⁵. La situación de Tourneur se tornó

⁵ Permaneció tres años archivado hasta que fue distribuido por W. W. Hodkinson Co. como *While Paris Sleeps* (1923).

difícil. Se negó a producir más films para Paramount-Artcraft, aunque todavía les debía dos, y emigró a los platós de Universal Pictures, donde realizó los tres siguientes. Finalmente, Brulatour acudió en su ayuda, suavizó las aguas y consiguió un compromiso de distribución para los dos últimos con Famous Players-Lasky Co. Paralelamente, él acababa de formar una nueva productora, Hope Hampton Productions, Inc., cuyo principal cometido era la realización de films para su *protégée*, Hope Hampton. Actriz ridiculizada por la crítica desde su debut en la pantalla ese mismo año, Brulatour estaba convencido de que el prestigio de Tourneur conseguiría impulsar su carrera y le solicitó que la dirigiera por lo menos en una película. Él se negó, pero acabó accediendo cuando a cambio Brulatour le propuso que rescindiría su contrato con Paramount-Artcraft. En realidad, Tourneur ya se había comprometido con Thomas H. Ince a formar parte de su nueva Associated Producers, Inc., constituida en diciembre de 1919, y estaba ansioso por cancelar todos sus compromisos anteriores. Sin embargo, la película para Hope Hampton, *The Bait* (1921)⁶, supuso el fin de su larga relación profesional con Brulatour. El fuerte temperamento del director y su poca paciencia para tolerar las excentricidades de las estrellas, y menos aún las de esta principiante poco dotada, le llevó a insultarla en pleno set, y de este modo se rompió su amistad con Brulatour. Para algunos éste fue el error más grave de toda su carrera, puesto que el magnate de Eastman Kodak dejó de financiar sus películas (Geltzer, 1961: 201-202). Acto seguido comenzó a trabajar para la nueva empresa impulsada por Ince.

Associated Producers, Inc., era una agrupación formada por siete productores: Thomas H. Ince, Allan Dwan, Mack Sennett, Marshall Neilan, George Loane Tucker, J. Parker Read, Jr., y Maurice Tourneur. Producían de manera autónoma a través de sus compañías –Allan Dwan Productions, Thomas H. Ince Productions, J. Parker Read, Jr., Productions, etc.–, pero distribuían conjuntamente. Además de Tourneur, Dwan, Sennett y Neilan eran asimismo productores-directores de sus films, mientras que los demás se dedicaban a la producción-supervisión. Su planteamiento era similar al de United Artists, pues ninguno de estos pioneros, supervivientes de la primera era del cine, estaba dispuesto a convertirse en asalariado de las pujantes corporaciones verticalmente integradas. Pretendían ser sus propios jefes, preservar su integridad artística, obtener los beneficios directos de su trabajo y asegurar la distribución de sus películas. No obstante, no fueron los únicos. Desde los inicios de los años veinte y durante su transcurso, la lucha de los independientes que se negaban a someterse al sistema se tradujo en la formación continuada de productoras individuales; proliferación de empresas que constituían la manifestación explícita de sus intentos desesperados por sobrevivir –King Vidor Productions, Mayflower Photoplay Corp. de Raoul

⁶ *The Bait* fue filmada en 1920, aunque estrenada en 1921.

Walsh, DeMille Pictures, William S. Hart Co., Frank Keenan Productions, Inc., Harold Lloyd Corporation, C. K. Y. Film Co. de Clara Kimball Young, Norma Talmadge Productions, Anita Stewart Productions, Charles Ray Productions, Hayakawa Feature Play Co. de Sessue Hayakawa, Gloria Swanson Pictures Corporation, etc.⁷. Ninguna lo logró. Todas tuvieron una corta vida (a excepción de United Artists, pocas sobrepasaron los dos años) y pronto fueron absorbidas, inclusive la poderosa Associated First National Pictures, Inc., que en 1927 fue integrada en Warner Bros. El enfrentamiento a la potente maquinaria que Hollywood estaba poniendo en marcha era inútil. Las grandes firmas, con el apoyo de Wall Street, incrementaban cada vez más sus circuitos de distribución, nacionales e internacionales, y adquirían en propiedad gran número de salas. Hollywood se estaba organizando. Estaba teniendo lugar la transición al *studio system*, con la configuración definitiva hacia el final de los años veinte de las ocho grandes compañías, presentes durante las dos décadas siguientes: las *majors* –Paramount, Loew’s/MGM, Warner Bros, Twentieth Century-Fox y RKO– y *minors* –Universal, Columbia y United Artists.

El pacto de Maurice Tourneur con Associated Producers, Inc., consistía en la entrega de doce películas al año; cuatro iban a ser dirigidas por él personalmente, mientras que sus ayudantes, Clarence Brown y John Gilbert, acometerían las restantes, cuatro cada uno de ellos bajo su supervisión –sólo llegaría a realizar dos. Su primera película para la organización, *The Last of the Mohicans* (1920), codirigida con Brown, fue un gran éxito, tanto de público como de crítica, y sigue siendo considerada hoy como su mejor obra⁸. La segunda, *The Foolish Matrons* (1921), también correalizada con Brown, fracasó en taquilla. Associated Producers, Inc., no tardaría en verse en bancarrota. En realidad, los problemas económicos habían acechado constantemente durante el rodaje de *The Last of the Mohicans* –años más tarde Brown confesaría que fue el único éxito comercial de Associated Producers, Inc. (Brownlow, 1968: 144). Después de *The Foolish Matrons*, Tourneur volvió a enfrentarse a otra nueva destrucción de su equipo técnico. Hacía tiempo que Gilbert se había ido con Brulatour para llevar a cabo otro film de Hope Hampton, y ahora era Clarence Brown, el más antiguo de sus colaboradores, quien hacía exactamente lo mismo. Fue en 1921 durante

⁷ El cine norteamericano no volvería a experimentar una situación similar hasta finales de los años cuarenta y principios de los cincuenta.

⁸ Tourneur cayó enfermo nada más comenzar el rodaje y Clarence Brown tomó a su cargo la dirección del film, siguiendo sus indicaciones diarias. Sin embargo, que *The Last of the Mohicans* esté considerada como la mejor creación de Tourneur no le beneficia en absoluto, pues se trata de una película ejecutada por su ayudante, quien después conocería una exitosa y longeva carrera en Hollywood y es el responsable de clásicos como *Anna Karenina* (*Ana Karenina*, 1935), *National Velvet* (1944) y *The Yearling* (*El despertar*, 1946). Excelente técnico y con un refinado estilo visual, aprendido de Tourneur, Brown es también un cineasta olvidado, únicamente recordado por haber sido quien dirigió a Greta Garbo en mayor número de ocasiones –realizó siete de sus veinticinco películas norteamericanas.

el rodaje de su siguiente film, *Lorna Doone* (*Lorna Doone*, 1922), cuando se produjo el hundimiento de Associated Producers, Inc., y Thomas H. Ince se vio obligado a integrar la compañía en Associated First National Pictures, Inc. La quiebra de la sociedad quedó encubierta, y la fusión fue anunciada como una nueva alianza para «[...] bajar el coste de la distribución por medio de un plan de “producir para exhibir” [...]» (*New York Times*, 1921: 12), o, como decía el subtítulo de este artículo, «Ince, Sennet and Tourneur in Plan to Eliminate Distributer», para suprimir las redes de distribución de las grandes compañías. A finales de ese mismo año, y aunque Maurice Tourneur Productions, Inc., se hallaba imposibilitada, el director-productor tomó parte en la creación de otra agrupación que intentaba frenar el ascenso del *studio system*, *Screen Artists' Guild*. Encabezada por Charles Chaplin y Norma Talmadge y formada exclusivamente por otros 45 productores y actores que tenían sus propios estudios o entidades de producción, el gremio pretendía «[...] el establecimiento de las relaciones directas entre los estudios de Los Ángeles y 18.000 teatros de cine de Estados Unidos» (*New York Times*, 1921: 22). Y en su declaración de intenciones figuraba «[...] “eliminar a los costosos intermediarios y los intereses de Wall Street” y de este modo evadir el amenazante descenso de calidad de las películas gracias al forzoso descenso de los costes de producción» (*New York Times*, 1921: 22). Pero Tourneur fue incapaz de sostener la presión financiera sobre su organización, y se vio obligado a la firma de un contrato con Goldwyn Pictures Co., para la que realizó *The Christian* (1923). Simultáneamente se estaba ocasionando su declive profesional. *The Last of the Mohicans* había sido su última gran producción. Tourneur no volvió a realizar nunca, ni en Norteamérica ni en Francia, adonde al poco regresaría, una película de éxito mayoritario. Koszarski sugiere varias razones de la depreciación crítica y comercial de Tourneur a partir de 1920: proyectos inadecuados, materiales inferiores, deficiencias de guión, narrativa incoherente, inseguridad sobre su capacidad creativa, disolución de su unidad de producción personal, etc. (1973: 31). Pese a ello, determinado a producir de forma independiente, en 1923 consiguió volver a poner en funcionamiento Maurice Tourneur Productions, Inc., gracias a la financiación de Michael C. Levee y su acuerdo de distribución con Associated First National Pictures, Inc. Aferrado a sus antiguas costumbres, logró incluso crear un tercer equipo de filmación: el cámara Arthur Todd, el director artístico Milton Menasco, el guionista F. Kennedy Myton, el montador Frank Lawrence y el ayudante de dirección Scott R. Beal. En 1924, su productora colapsó definitivamente e inició una etapa de desempleo. Al final acabó por ceder a las fuerzas del *studio system* y su realidad se hizo increíblemente amarga. Como señala Koszarski, se convirtió en un prestigioso *metteur-en-scène* trasladándose por contrato de unas casas productoras a otras, intentando mantener la apariencia de la autonomía creativa, pero sin realizar ninguna película destacable (1973: 31). Nunca más volvió a ser su propio productor y se vio obligado a deambular por Cosmopolitan Corp., Universal Pictures, Sam E. Rork Productions, Famous Players-

Lasky Co. y Metro-Goldwyn-Mayer. Su situación límite con la industria cinematográfica norteamericana tuvo lugar en 1926 con esta última firma, durante el rodaje de *The Mysterious Island* (*La isla misteriosa*, 1929). A mitad de la filmación se le informó de que trabajaría bajo la supervisión de un productor y él se negó. MGM no le despidió, sino que cada día cuando ese ejecutivo se presentaba en el plató, Tourneur lo echaba sin más. Hasta que se cansó, y no sólo abandonó la película, el estudio y Hollywood, sino los Estados Unidos⁹. A comienzos de los años sesenta, George Geltzer entrevistó a Jacques Tourneur, el hijo de Maurice, preguntándole sobre esta drástica decisión (1961: 211):

Padre era muy feliz en este país. La única razón por la que lo dejó fue la institución del «sistema» de productor. No podía tolerar a nadie más por encima de él en el *set*. Si hubiera sido paciente y hubiera permanecido aquí, estoy seguro de que se habría convertido en un productor-director, pero en el '26 no existían tales cosas. De modo que lo dejó. Creo que siempre lamentó su impetuosidad.

Desde luego, Jacques Tourneur se equivocaba; los productores-directores habían existido y volverían a reaparecer transcurridas varias décadas. Como tantos otros pioneros –David W. Griffith, Marshall Neilan, Mack Sennett, Rex Ingram–, Maurice Tourneur fue incapaz de dar el salto a la era del *studio system*. Su forma de operar, con un equipo de técnicos permanente, al servicio de la creación artística, plena libertad de actuación y sin interferencias, ya no se contemplaba en el nuevo Hollywood. Sus métodos, así como sus grandes éxitos, estaban arraigados en una época anterior, el breve periodo comprendido entre 1914-1920, cuando el productor-director controlaba al completo la elaboración del film. Los que decidieron quedarse pasaron a ser directores-empleados del sistema, sometidos a la disciplina y control de los estudios, algo que Tourneur rechazó.

⁹ El rodaje de *The Mysterious Island* fue retomado por Benjamin Christensen, pero se vio obligado a abandonarlo a causa de un temporal en el Caribe. El proyecto quedó paralizado hasta que en 1929 MGM volvió sobre él y fue filmado por los hermanos Williamson, Lionel Barrymore y Lucien Hubbard, aunque se estrenó como únicamente dirigido por este último.

BIBLIOGRAFÍA

- Bordwell, D.; Staiger, J., y Thompson, K. (1997), *El cine clásico de Hollywood. Estilo cinematográfico y modo de producción hasta 1960*. Barcelona/Buenos Aires/México, Paidós Ibérica. (Ed. original: *The Classical Hollywood Cinema. Film Style & Mode of Production to 1960*, Londres, Routledge, 1985.)
- Brownlow, K. (1968), *The Parade's Gone By...* Berkeley/Los Ángeles, University of California Press. (Ed. original: Nueva York, Alfred A. Knopf, 1968.)
- «Ben Carré», *Sight & Sound*, vol. XLIX, n.º 1, invierno 1979-1980, pp. 46-50.
- «Materiali su Jules Brulatour»/«Notes on Jules Brulatour», *Griffithiana*, n.º 32-33, septiembre 1988, pp. 33-40, 237-242.
- Carré, B., «Maurice Tourneur». De las memorias no publicadas de Ben Carré, reimpresso en Koszarski, 2004, pp. 110-111.
- «My First Trip to the Eclair Studio». De las memorias no publicadas de Ben Carré, capítulo 12, reimpresso en Koszarski, 2004, pp. 107-110.
- Cook, Ch. E., «Maurice Tourneur Paints with Human Beings-In Analysis of Film, Artist-Director Sees Splendid Artistic Future for Pictures When Dramatist Realizes Rich Field», *Exhibitors Herald*, 9 de junio de 1917, p. 31, reimpresso en Koszarski, 2004, pp. 238-239.
- Enger, Ch. J. van, «Una lettera di Charles J. van Enger»/«A letter from Charles J. van Enger», *Griffithiana*, n.º 32-33, septiembre 1988, pp. 41-43, 243-244.
- Everson, W. K. (1978), *American Silent Film*, Nueva York, Oxford University Press.
- Florey, R., «Maurice Tourneur», *Cinémagazine*, n.º 36, 8 de septiembre de 1922, pp. 283-285, reimpresso en *Griffithiana*, n.º 32-33, septiembre 1988, pp. 45-48.
- Fort Lee Film Commission (2006), *Fort Lee: Birthplace of the Motion Picture Industry*, Charleston SC, Chicago Ill., Portsmouth NH, San Francisco CA, Arcadia Publishing.
- Geltzer, G., «Maurice Tourneur», *Films in Review*, vol. XII, n.º 4, abril 1961, pp. 193-214.
- Gomery, D. (1991), *Hollywood: el sistema de estudios*, Madrid, Verdoux. (Ed. original: *The Hollywood Studio System*, Nueva York, Macmillan, 1986.)
- Higgins, S., «American Eclair, 1911-1915: A filmographic chronology derived from the pages of *The Eclair Bulletin* and trade press of the day»/«American Eclair, 1911-1915: filmografia ricavata dell' *Eclair Bulletin* e dalla stampa dell'epoca», *Griffithiana*, n.º 44-45, mayo-septiembre 1992, pp. 89-129.
- Horak, J.-C. (1988), «Maurice Tourneur and the Rise of the Studio System»/«Maurice Tourneur e l'ascesa dello Studio System», en Usai, P. Ch., y Codelli, L. (eds.), *Sulla via di Hollywood: 1911-1920/ The Path to Hollywood 1911-1920*, Porderone, Edizioni Biblioteca dell'Immagine, pp. 272-295.
- Jacobs, L. (1972), *La azarosa historia del cine americano*, II vols., Barcelona, Lumen. (Ed. original: *The Rise of the American Film*, Nueva York, Harcourt Brace Jovanovich, 1939.)

- Johaneson, B., «Who and what is Hope Hampton?», *Photoplay*, noviembre 1923, pp. 56-58, reimpreso en Koszarski, 2004, pp. 246-248.
- Koszarski, R., «Maurice Tourneur. The First of the Visual Stylists», *Film Comment*, vol. IX, n.º 2, marzo-abril 1973, pp. 24-31.
- (1976), *Hollywood Directors, 1914-1940*, Nueva York, Oxford University Press.
- (2004), *Fort Lee: The Film Town*, Roma, John Libbey Publishing - CIC.
- Mitry, J., *Maurice Tourneur*, «Anthologie du Cinéma», n.º 36, París, Anthologie du Cinéma, junio 1968, pp. 267-312. (Suplemento de *l'Avant-Scène du Cinéma*, n.º 82, junio 1968.)
- Nutting, D., «Monsieur Tourneur-Otherwise accurately called “the poet of the screen”», *Photoplay*, julio 1918, pp. 55-57, reimpreso en Koszarski, 2004, pp. 244-245.
- Roy, E. Le, «Maurice Tourneur “Le grand français du cinéma”», *Griffithiana*, vol. XVI, n.º 47, mayo 1993, pp. 48-59.
- Talens, J., y Zunzunegui, S. (coords.) (1997), *America (1915-1928)*, en «Historia General del Cine», vol. IV (XII vols.), Madrid, Cátedra.
- Thompson, K., «Los límites de la experimentación en Hollywood»/«The Limits of Experimentation in Hollywood», *Archivos de la Filmoteca*, n.º 14, junio 1993, pp. 13-33, 186-201.
- Tourneur, M., «Bucking the System... or Bucking Under: Meeting the Public Demands», *Shadowland*, mayo 1920, reimpreso en Koszarski, 1976, pp. 76-80.
- «Movies Create Art», *Harper's Weekly*, 29 de abril de 1916, p. 459, reimpreso en Koszarski, 2004, pp. 234-235.
- Waldman, H. (2001), *Maurice Tourneur: The Life and Films*, Jefferson/North Carolina/Londres, McFarland & Company.
- Wood, F., «Tourneur-A Weaver of Dreams (A Half Hour Spent in The Workshop of a Maker of Movie Magic)», *Picture Play*, junio 1918, pp. 211-216, reimpreso en Koszarski, 2004, pp. 242-244.
- «Are Stars Only Meteors? Tourneur Believes the Play's the Thing and Stars Must Go», *New York Times*, 16 de junio de 1918, p. 38.
- «Independents Form Screen Artists' Guild», *New York Times*, 18 de diciembre de 1921, p. 22.
- «Maurice Tourneur», *Moving Picture World*, 28 de noviembre de 1914, p. 1242, reimpreso en Koszarski, 2004, pp. 169-170.
- «Paragon Studio Is Wonder-Place of Convenience», *Motion Picture News*, marzo 1916, p. 1571, reimpreso en Koszarski, 2004, pp. 231-233.
- «Paragon Studio For Famous Players-Lasky», *Moving Picture World*, 31 de marzo de 1917, p. 2126, reimpreso en Koszarski, 2004, pp. 231-233.

Wood, F., «“Photodrama Is a Distinct Art”, declares Tourneur», *Motion Picture News*, n.º 4, enero 1916, p. 316, reimpreso en Koszarski, 2004, pp. 237.

— «Tourneur Heads New Firm», *Motography*, 6 de noviembre de 1915.

— «Tourneur-Of Paris and Fort Lee, His Methods and His Artistic History», *Photoplay*, enero 1916, pp. 139-140, reimpreso en Koszarski, 2004, pp. 170-172.

— «\$50,000,000 Movie Meger-Ince, Sennet and Tourneur in Plan to Eliminate Distributor», *New York Times*, 3 de septiembre de 1921, p. 12.

Las fuentes de financiación y la competitividad del cine español

JESSICA IZQUIERDO CASTILLO

Universitat Jaume I de Castellón

277

INTRODUCCIÓN

En la industria cinematográfica podemos hablar de dos etapas en la financiación de una obra: una en la fase de producción y otra en la de postproducción. La primera se desarrolla en el marco de la elaboración de la película, donde los fondos son requeridos para sufragar la producción (equipos técnico y artístico, equipamiento material, permisos y licencias, localizaciones, etc.). La segunda fase incluye el dispositivo que se activa una vez la película se encuentra producida, como son las copias, la promoción y los canales de distribución.

En otro estadio diferente se halla el sector de la exhibición, gran olvidado por las subvenciones, que en los últimos años ha realizado un trabajo de renovación importante de salas y que ahora se enfrenta a una reconversión tecnológica sin precedentes: la digitalización.

Este desglose señala, por parte de las administraciones públicas estatales, autonómicas y comunitarias europeas, diferentes ayudas para el fomento y la promoción del cine. Con todo, el cine español no muestra mejoría año tras año, y desde diferentes secciones de la industria apela a motivos más o menos responsables. La falta de apoyo por parte de las administraciones y de las televisiones es el argumento más repetido, aunque el debate más interesante es el de la promoción, inadecuada o inexistente, del cine español.

En esta comunicación se presentan las principales vías públicas de ayuda al cine español, así como las iniciativas de promoción por parte de la industria.

LA ACTUALIDAD DE LAS CIFRAS DEL CINE ESPAÑOL

278

La producción anual del cine español presenta unas oscilaciones acusadas entre las 65 y 150 películas, incluyendo largometrajes totalmente españoles y coproducciones. Ni en unos ni en otros puede hablarse de una tendencia estable, aunque se sitúa a la cinematografía española entre una de las más numerosas de Europa. El número de espectadores oscila en torno a los 20 millones, lo que provoca que la cuota de mercado se encuentre entre un 10 y un 15%. El resto del mercado recae principalmente en el cine norteamericano, cuyos estrenos son los más rentables desde el punto de vista comercial. Teniendo en cuenta que se realizan en los últimos años entre 80 y 100 películas íntegramente españolas, y que sus directores/autores realizan una producción al año, encontramos un conjunto amplio de cineastas que elaboran sus trabajos cuyo resultado en taquilla no beneficia la continuidad, desde el punto de vista económico. Del conjunto de estos profesionales únicamente unos pocos son los que obtienen proyección internacional, consiguiendo en ocasiones que sus obras sean mejor aceptadas en mercados internacionales que en el suyo propio. El cine español tiene, por lo tanto, que enfrentarse no sólo a una competencia elevadísima del cine norteamericano, sino al rechazo del público que, casi por costumbre, se niega a elegir de la cartelera el título patrio.

Todo ello conlleva la necesidad de financiación adicional para la creación de producciones que mantengan el nivel de la cinematografía y su mercado, si bien su rentabilidad resulta en cierta manera dudosa. De esta forma, y bajo el paradigma cultural, el cine recibe, además de los ingresos en taquilla y de la venta de derechos de explotación, ciertas partidas presupuestarias provenientes de ámbitos públicos, como son las entidades europeas, el Ministerio de Cultura o las instituciones autonómicas, regionales o locales.

FINANCIACIÓN PÚBLICA DEL CINE ESPAÑOL

La incursión de organismos públicos en el fomento y desarrollo del cine queda justificado en el trabajo de protección que se realiza sobre aquellas industrias que, por sus características y, sobre todo, por el tipo de producto que realizan, reciben el tratamiento de culturales.

Las subvenciones de carácter público tienen lugar en países donde su cinematografía no ocupa la posición líder en su propio mercado y responden a una voluntad protec-

cionista del Estado. Estos países motivan estas subvenciones desde una postura de defensa de la cultura y sus diversas formas de expresión (cine, literatura, música...). Existen diferentes modelos, en función del país del que se trate. Así, en España, Italia y Rusia el Estado colabora con una partida extraída de los presupuestos generales, mientras que Francia o Alemania ayudan a la industria a autogestionarse con impuestos sobre el precio de la entrada que revierten en la financiación de producciones nacionales, y Finlandia y el Reino Unido obtienen fondos de la lotería nacional. La televisión es una de las fuentes principales de financiación, bien por la adquisición de derechos de antena o bien por la coproducción que en ocasiones realiza.

En España, la televisión está obligada a repercutir el 5% de sus ingresos en producción cinematográfica, una ley que, a pesar de la polémica que suscita, es cumplida por todos los operadores. Además, el Ministerio de Cultura ofrece una serie de ayudas destinadas principalmente a la producción y distribución de obras cinematográficas. Las convocatorias para 2007 son las siguientes:

- Ayudas para la amortización de largometrajes.
- Ayudas para la distribución de películas cinematográficas comunitarias.
- Ayudas para la organización y desarrollo en España de festivales y certámenes de cinematografía y artes audiovisuales.
- Ayudas a la conservación de negativos y soportes originales.
- Ayudas para el desarrollo de guiones para películas de largometraje.
- Ayudas para la realización de largometrajes que incorporen nuevos realizadores, para la realización de obras experimentales, de decidido contenido artístico y cultural, de documentales y pilotos de series de animación.
- Ayudas para la minoración de intereses de los préstamos acogidos al convenio entre el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales y el Instituto de Crédito Oficial, para el establecimiento de una línea de financiación para la producción cinematográfica y convocatoria de ayudas.
- Ayudas para la producción de cortometrajes.
- Ayudas a cortometrajes realizados.

Puede observarse cómo los principales destinatarios son los productores y/o creadores de obras cinematográficas, quienes reciben ayudas directas o basadas en la rentabilidad en taquilla. Las ayudas a la distribución son menos y no están destinadas a la creación o desarrollo de empresas de distribución, sino a la divulgación de películas españolas. La situación del sector de exhibición se encuentra en un estadio paralelo, cuya contribución al cine español no pasa por la subvención, sino por la obligación de un cumplimiento de cuota de pantalla que muchas veces se cubre con éxitos comerciales europeos.

La motivación proteccionista de las medidas europeas se encuentra en la concepción del sector audiovisual como generador cultural, al mismo tiempo que intenta fortale-

cer e incrementar una cuota de mercado frágil debido principalmente al dominio ejercido por las películas y empresas de origen norteamericano: *el sector audiovisual europeo tiene un papel primordial en la formación de una ciudadanía europea, puesto que en la actualidad constituye uno de los principales vectores de transmisión de los valores fundamentales, sociales y culturales, comunes y compartidos, de la unión entre los europeos, y especialmente entre los jóvenes*¹.

El cine español también recibe ayudas por parte de la Unión Europea, mediante los programas Media y Eurimages.

El programa Media tiene como objetivo reforzar la competitividad de la industria audiovisual europea, para lo cual desarrolla una cobertura en diferentes áreas: la preparación de profesionales, que desarrolla a través del Media-Formación, mediante el cual apoya la creación de redes de preparación paneuropeas que ayuden a la formación de profesionales competentes en un mercado internacional; el desarrollo de proyectos de producción y empresas; la distribución y promoción de trabajos cinematográficos a través de la selección automática o específica; soporte para festivales cinematográficos, etc.

Este programa comienza su andadura en 1991 y desde entonces ha desarrollado tres fases (Media I, Media II y Media Plus). Actualmente se encuentra en activo el programa Media 2007 (2007-2013), con un presupuesto total de 754.950 euros. La mayor partida de este presupuesto está destinada a la distribución (55%), seguida del desarrollo (20%). La promoción se encuentra en tercer lugar, con un 9% aproximadamente. Los objetivos de este programa son de tipo cultural y económico. En el primer caso, el programa incentiva aquellos trabajos que reflejen las facetas de una sociedad europea de singularidad cultural arraigada en unas raíces comunes. En el aspecto económico, el programa participa en el desarrollo de una industria que considera también arte, por lo que busca la continuidad y fomento de este tipo de producción.

En 2006 la industria española recibió entre 5,5, y 6,5 millones de euros, situando al cine español en el cuarto lugar entre los países europeos receptores de ayudas, después de Francia, Reino Unido y Alemania. Esta cantidad representa el 7% del presupuesto total del programa Media, que ascendía a 86 millones.

Este programa desarrolla varias líneas de actuación: promoción, distribución, desarrollo y formación. La primera se destina principalmente a festivales de cine español, como el festival Cinema Jove, el festival de Huesca, el festival de cortometrajes de Barcelona y el de Sevilla, Animadrid, la Seminci, el festival de Gijón y L'Alternativa 2006. Las distribuidoras españolas beneficiarias son *Civite*, *Golem*, *Vértigo*, *Baditri*, *S. L.*, *Manga Films*, *S. L.*, *Art Mood Entertainment*, *S. L.*, o *Alta Classics*. También destinan

¹ http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/oj/2006/l_327/l_32720061124es00120029.pdf, p. 1. Consultado 17-1-07.

fondos para la distribución de películas españolas, que durante ese año son: *Princesas*, *Volver*, *La vida secreta de las palabras* y *Habana Blues*. Por lo que se refiere a las convocatorias de desarrollo se han visto beneficiadas *Tierra a la vista*, *Producciones Audiovisuales, S. L.*, *Zahori Media*, *Filmanova Invest, S. A.*, o *Gona Cine y Televisión*, entre otros. Con respecto a Medi-Formación, España ha obtenido ayudas a las iniciativas formativas *Media Business School*, *European Film Crossing Borders* y *Streaming Media Training*.

INICIATIVAS PRIVADAS DE PROMOCIÓN DEL CINE ESPAÑOL

Las actividades de promoción y publicidad de una película son generalmente tarea del distribuidor, quien destina una parte del presupuesto en función de las expectativas contraídas con la película. El *marketing* es una de las asignaturas menos controladas por el cine español (en este caso por sus promotores), ya que el lanzamiento de los estrenos no consigue atraer la atención del espectador. Las acciones de publicidad requieren de un estudio previo del público hacia el que se dirige el producto, y el cine es un producto más en un mercado altamente competitivo cuyo dominio recae en las películas norteamericanas. Este estudio tiene que valorar y actuar frente a uno de los síntomas más destacables y evidentes del espectador español: la falta de interés por el cine español y la mala imagen que se tiene de la calidad de sus producciones. Esta calidad debe ser entendida en términos de comerciabilidad, ya que el asociacionismo existente entre cine español y cine malo no debe ser entendido (al menos no aquí) en términos de calidad artística, sino en términos de imagen en el consumidor-espectador, lo que normalmente suele ser equiparable a la forma de hacer de los títulos estadounidenses más taquilleros. La polémica está abierta en torno a la insuficiencia y mala gestión de una promoción adecuada del cine español, en parte por la falta de público, en parte por inexistencia de interés de las distribuidoras y principalmente por una confluencia de ambas razones. Existen pocas iniciativas de carácter privado para la promoción del cine español en su conjunto más allá de las campañas puntuales para determinadas películas.

La primera iniciativa de carácter global es la adoptada por la empresa Euromultiocio, con el distintivo Cinecito, surgida a finales de 1993. Es una mascota cuyo objetivo es la promoción del cine mediante descuentos en las entradas, gracias al patrocinio de proveedores de bienes de consumo. Es decir, se trata de un elemento aglutinador de la voluntad promocional de varias empresas para colaborar con el cine a través de un sello distintivo unificado.

Otra iniciativa general, digamos de «imagen de marca del cine español», es la desarrollada por la FAPAE (Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles). En 2004 la FAPAE lanza una campaña bajo el eslogan «Necesitas urgentemente venir a vernos», compuesta por tres *spots* dirigidos cada uno por un director diferente:

- *Taxistas*, de Fernando Colomo y producido por ovídeo TV.
- *Halloween*, de Manolo Gómez Pereira, producido por Continental Producciones.
- *Bateador*, de Emilio Martínez Lázaro, producido por Álamo Films.

Con esta campaña los productores, con el apoyo del resto de sectores cinematográficos e industrias complementarias, pretenden realizar una reivindicación patria del cine español, a través de la apelación directa al espectador, en quien se depositaba toda responsabilidad en el bajo rendimiento. La campaña no cumplió con su objetivo y un año después, tras registrarse un descenso en el número de espectadores del cine español de casi 2,5 millones, la FAPAE realiza un nuevo intento con el relanzamiento de la campaña. No ha vuelto a producirse una iniciativa similar.

Quizás el motivo del descenso de espectadores no haya que buscarlo en la ausencia sino en la presencia. Es decir, 2004 no cuenta con el fenómeno provocado por el éxito comercial que reinó el año anterior: *La gran aventura de Mortadelo y Filemón* (Javier Fesser); un producto diferente que supo estar presente en los medios de comunicación con gran eficacia. Por lo tanto, las fluctuaciones del número de espectadores se leen desde diferentes variables y no únicamente desde la visión de una pérdida o falta de interés por parte del público.

Es cierto que el público español prefiere ver películas de corte comercial que ofrecen gran espectáculo, pero también lo es que esos productos están acompañados de una fuerte promoción, basada normalmente en tres puntos: *publicity* o generación de noticias, publicidad convencional y actividades promocionales (presentación de la película, entrevistas a los actores y director, preestrenos, etc.). Estas acciones son igualmente eficaces si la producción es española, si bien en este caso no se destinan partidas presupuestarias tan elevadas, lo que resta notoriedad. También es cierto que la gran mayoría de títulos españoles no se promocionan de esta forma y confían en el sistema de boca-oído, algo que ha funcionado en algunas ocasiones. Sin embargo, este sistema requiere de tiempo de permanencia en cartel para que las recomendaciones funcionen y atraigan al público a la sala, situación que en la actualidad se ha convertido en algo casi imposible, debido a la alta rotación de títulos.

CONCLUSIÓN

El cine español tiene ejemplos sobradamente demostrados de la eficacia de una buena promoción, independientemente de la calidad final del producto. Por otro lado, existen producciones de calidad que, sin embargo, no obtienen respuesta por parte del público. Uno de los motivos que el promotor debería tener en consideración es la «imagen de marca» del cine español, esto es, la respuesta que genera en el público la presencia de un título español en la cartelera.

Otra posibilidad es la falta de afinidad del cine español con el público, lo que se manifiesta en películas de autor dirigidas a colectivos muy específicos. Si caemos en esta explicación como única argumentación al problema, constatamos que el público español únicamente está interesado en figuras como Torrente o en personajes de cómic como Mortadelo y Filemón. Pero estos ejemplos lo son también de una contundente campaña de promoción que ha sabido «colarse» en todos los espacios mediáticos, que ha generado una gran expectación, traducida en una gran afluencia de espectadores. El cine español, al igual que el europeo, conlleva una serie de connotaciones que le alejan o, mejor aún, le enfrentan al cine norteamericano. Mientras los títulos comerciales, que gozan de la simpatía y del dinero del público, provienen de Estados Unidos, el cine europeo y español se realiza dentro de una dinámica que se protege bajo la denominación de cultura y arte. Esta característica del cine se convierte en este caso en el eje de las producciones realizadas y, si bien se realizan todo tipo de películas bajo todo tipo de concepciones estético-narrativo-artísticas, la imagen que se ha creado en la mente del espectador es la de un cine hecho bajo presupuestos formales y conceptuales elevados, que nada tienen que ver con la principal motivación de asistencia al cine: el entretenimiento.

Además de la realización de buenas películas, el cine español debería comenzar a entender que su imagen es igual de importante que sus producciones, lo que requeriría de un esfuerzo por la promoción de cada película, al mismo tiempo que se desarrollan campañas de fomento del cine español en su conjunto que, si bien puede ser diferente al norteamericano, también puede distinguirse sin necesidad de oponerse a él.

Cautivos del mal

JAVIER MORAL MARTÍN

Universidad Politécnica de Valencia

De joven pudo volar muy alto, con alas muy poderosas, y observar. Así, mientras estaba allá arriba, contempló todos los reinos, con ojos que podían mirar al sol directamente. Batió las alas con tenacidad –después lo haría con frenesí– y, sin dejar de hacerlo, permaneció en lo alto mucho más tiempo que la mayoría de nosotros; luego, sin olvidar cómo se ven las cosas desde arriba, bajó lentamente a la tierra (Scott, 1991: 36).

Si Hollywood es considerado la gran fábrica de sueños del s. XX, el productor cinematográfico parece haber sido entonces el timonel que, con pulso firme, ha sabido dirigir la nave hacia las tranquilas aguas de la prosperidad y los beneficios económicos. Situado en el epicentro de la industria¹, único sujeto capaz *de mirar al sol directamente*², el productor ha sido percibido habitualmente como un sujeto temible e implacable, a menudo insensible a las aspiraciones artísticas de los directores³, pero siempre incisivo intérprete de los deseos cinematográficos espectatoriales⁴.

Ángel y demonio, ha formado parte habitualmente del imaginario fílmico con un alto perfil *aurático*, ya sea desde el género biográfico (la reciente *The Aviator*, 2004, Mar-

¹ Centralidad descrita de la siguiente manera por Andrew Tudor: el productor «está sometido a demandas procedentes de todas las direcciones. Ha de lidiar con el productor ejecutivo, con el director, con el guionista y con las estrellas, que muy bien pueden estar en desacuerdo. Debe encontrar el modo de resolver estos innumerables conflictos, de equilibrar los presupuestos comerciales y creativos y de adoptar una función globalmente integradora dentro del sistema de producción» (Tudor, 1975: 47).

² Expresión de clara referencia mitológica, define concisamente la noción de genio que subyace en la novela de Fitzgerald.

³ Leonard J. Leff ha tratado extensamente la compleja relación mantenida por O. Selznick y Alfred Hitchcock a lo largo de aproximadamente diez años y la realización de cuatro producciones (Leff, 1992).

⁴ «El propósito de los productores de films nunca ha sido, ni deberá ser, el de educar las conciencias», diría en 1935 Selznick; «nuestra misión es la de descubrir el tipo de cine que quiere ver la gente y satisfacer al público lo mejor posible». Citado en (Leff, 1992:21).

tin Scorsese) o documental (*The Kid stays in the Pictures*, 2002, Nanette Burstein y Brett Morgen, o *El productor* (2006, Fernando Méndez Leite⁵), ya sea desde películas como *The Bad and the Beautiful* (*Cautivos del mal*, 1952, Vincent Minelli) o *The Last Tycoon* (*El último magnate*, 1976, Elia Kazan) que, sin apelar nominativamente a ningún personaje real y desde el ámbito ficcional, han establecido jugosos paralelismos vitales con reconocibles magnates del celuloide.

Es a partir de estos juegos especulares cuando es posible esbozar (teniendo en cuenta que el cine, práctica significativa central del s. XX, es un poderoso vehículo identitario⁶) el retrato de una figura central en los entresijos cinematográficos como es el productor. En ese sentido conviene recordar que nombres propios como Carl Laemmle o Harry Cohn⁷ en los orígenes de la industria, o David O. Selznick y Darryl F. Zanuck en el periodo de mayor esplendor hollywoodiense, han forjado la leyenda mítica del productor como el moderno Prometeo intermediario entre el mundo onírico de las imágenes en movimiento y aquel otro más prosaico de la cotidianeidad.

Una visión que, no podemos engañarnos, se sustenta en la enraizada idea de que la historia del cine (en realidad, la historia de la humanidad) es fruto de la acción de los *grandes hombres*: genios, personalidades ilustres, sujetos «faro» que, bien desde su extrema singularidad, bien desde su condición de vidas ejemplares, iluminan una época; la *definen* con sus creaciones. Los grandes personajes, reverenciados como semidioses, han asumido a lo largo de la historia la función de «alma de la historia del mundo entero» como explicitara Thomas Carlyle (Carlyle, 1985: 31) en el s. XIX (momento decisivo en la configuración de la biografía moderna y los atributos de individualidad tan caros a la ideología burguesa):

La Historia universal, lo realizado por el hombre aquí abajo es, en el fondo, la historia de los grandes hombres que entre nosotros laboraron. Modelaron la vida general grandes capitanes, ejemplos vivos y creadores en vasto sentido de cuanto la masa humana procuró alcanzar o llevar a cabo: todo lo que cumplido vemos y atrae nuestra atención es el resultado material y externo, la realización práctica, la forma corpórea, el pensamiento materializado de los grandes hombres que nos enviaron. Su historia, para decirlo claro, es el alma de la historia del mundo entero.

⁵ Película sobre el famoso productor español Elías Querejeta.

⁶ Si el intenso debate entablado en torno a fecha tan emblemática como la del 68 nos legó herencia alguna, es que el film es siempre vehículo ideológico; y es en virtud de dicho carácter que no puede dejar de ser tampoco el molde audiovisual sobre el que se vierten las estructuras identitarias de los distintos sujetos que participan en el proceso comunicativo.

⁷ Poderoso productor de la *Columbia* que hizo llamar a Frank Capra porque su apellido era el primero de la lista de los directores sin empleo. Así se lo hizo saber Sam Briskin, el director de producción, a Capra: «Yo no le llamé, Harry Cohn lo hizo. Estaba mirando la lista de directores sin empleo, y su nombre, que empieza por C, era el primero de la lista. Me dijo: “Sam, el nombre de ese tipo es el primero. Mándalo llamar”. Pero Harry, le dije, lee el resto de la lista. “Sam —me contestó—, Dios eligió a Abraham porque su nombre era el primero. Eso me basta. Llama a Capra”. Así que le llamé» (Capra, 1971: 118).

Una persistente concepción que ha construido el relato histórico invariablemente desde la excepcionalidad y la a-normalidad, reforzando el mito del sujeto autodeterminado (el *self made man*); perspectiva que ha privilegiado la función motora del individuo⁸ a partir generalmente de su enfrentamiento con el entorno familiar, laboral o social, que ha pasado a formar parte íntegramente de los presupuestos historiográficos en el cine. En efecto, por encima de la negociación y el esfuerzo colectivo que supone la elaboración material de un proyecto cinematográfico, el film ha sido percibido demasiado habitualmente como el *pensamiento materializado* de aquellos titanes que, arriesgando capital y esfuerzo individual, han ido construyendo la reserva imaginaria del s. XX. Una visión que se ha proyectado retrospectivamente hacia aquellos primeros años en que arrojados inmigrantes (o hijos de inmigrantes⁹) procedentes de las esferas productivas más diversas (algunos, como Adolph Zukor o Marcus Loew, del negocio textil) se lanzaron a la *colonización* de la incipiente e inmadura industria en unos años extremadamente difíciles debido, entre otras cosas, a los intentos de la recién inaugurada *Motion Picture Patents Company* (MPPC)¹⁰ por controlar las tres fases del proceso cinematográfico mediante la monopolización de las patentes; proceso que si bien en 1910 tenía visos de prosperar, terminaría fracasando como resultado, por un lado, de las disensiones internas entre los miembros de la alianza y, por otro, de la incapacidad del Trust para satisfacer la creciente necesidad de películas (situación aprovechada por jóvenes productoras como la *Famous Players-Lasky*, *Loew's Incorporated*, *Universal*, etc., que terminarían definiendo lo que actualmente conocemos como Hollywood).

De este decisivo periodo trata precisamente *Nickelodeon (Así empezó Hollywood)*, Peter Bogdanovich, 1976). El film, que simula toscamente un modo de representación primitivo a partir de los numerosos *gags* humorísticos que lo sazonan, se centra en las disputas mantenidas entre las proliferantes independientes y la MPPC; las primeras burlando ladínamente las restricciones de la segunda, y la segunda, persiguiendo y fiscalizando (a veces con tácticas gansteriles) a las primeras. Entre las díscolas se encuentran, por ejemplo, una pequeña productora conformada por dos medrosos hermanos

⁸ Percepción sólo atenuada desde un planteamiento estructuralista de la historia posterior a las grandes teorías «antihumanistas» del s. XIX –marxismo y positivismo.

⁹ Es bien sabido que los grandes pioneros, forjadores del imperio hollywoodiense, fueron en su totalidad inmigrantes europeos. Es el caso de los húngaros Adolph Zukor y William Fox, los hermanos polacos Warner y Samuel Goldfish, el ruso Luis B. Mayer o el alemán Carl Laemmle. De igual modo, aquellos nacidos en territorio norteamericano eran descendientes de europeos: caso de los hermanos Cohn, Irving Thalberg, David O. Selznick o Darryl F. Zanuck.

¹⁰ Desde 1909 hasta su desaparición en 1915 por una orden judicial, la MPPC (fruto del acuerdo entre *Edison Manufacturing Company*, *American Mutoscope* y *Biograph Company*) transformó profundamente la protoindustria cinematográfica norteamericana utilizando estrategias monopolísticas similares a las desarrolladas por otras industrias del momento.

gemelos alemanes que realizan sus películas en la trastienda de una panadería (cuyo material es completamente destruido en una redada de los matones de MPPC) o la *Kinegraph*, sociedad de mayor capitalización que está bajo la dirección de H. H. Cobb, un aguerrido productor que, en su primera aparición en pantalla, expulsa a patadas a los matones que han intentado dismantelar sus instalaciones. Jactancioso y altanero, se hace rodear por una cohorte de secretarios, abogados, guionistas y aduladores, a los que dicta órdenes compulsivamente mientras supervisa proyectos futuros. Posteriormente, haciendo valer su derecho como propietario de la compañía, reconstruye a su antojo el material que recibe desde la lejana (y más económica) California, alcanzando un gran éxito a pesar de las frustradas expectativas artísticas del equipo de realización.

Pero si en estas primeras décadas la figura del productor ofrece un perfil alto, no será hasta la madurez del *studio system* cuando, convertido en el pivote sobre el que se yergue la maquinaria industrial¹¹, se forje definitivamente la imagen del productor como *gran hombre*; retrato que encuentra un fiel reflejo en *The Last Tycoon* (*El último magnate*, Elia Kazan, 1976), recreación fílmica de la inacabada obra del dramaturgo, escritor y guionista Scott Fitzgerald que, ambientada en la mitad de la década de los años treinta, retrata la experiencia vital de Monroe Stahr (personaje de significativos paralelismos con Irving Thalberg, el poderoso productor conocido como *The Wonder Boy*¹²) y su encuentro con una enigmática joven que resulta ser la viva reencarnación de su fallecida esposa.

En general, el film opera hacia una mayor apertura metalingüística evidente; por ejemplo, en el desvelamiento del dispositivo cinematográfico en numerosas escenas (mediante el retroceso de la cámara abarcando en el encuadre los dos espacios, imaginario y real), la utilización de un narrador enunciativo que instruye a un grupo de jóvenes visitantes sobre los mecanismos que gobiernan el estudio (a la vez que *desvela* la vida pasada del protagonista y la ausencia de su amada Mina) o, más rotundamente, en la conclusión del film: Monroe, dirigiéndose a la cámara, repite un monólogo mantenido anteriormente con un grupo de escritores mientras dramatizaba la potencial escena de una película.

Sí mantiene en cambio el marcado aire aristocrático que distingue al personaje fitzgeraldiano del resto de agentes diegéticos y que en el film se escenifica en el almuerzo informal junto a otros altos ejecutivos. A pregunta de su principal rival, Pat Brady (sentado enfrente, los dos personajes ocupan los extremos de la mesa mientras el resto de comensales espera el duelo que saben va a acontecer), Monroe confirma que continuará con su «producción de prestigio» aún a sabiendas de que tiene prevista una

¹¹ Proceso analizado exhaustivamente por Janet Staiger en (Bordwell, 1997).

¹² Único sujeto capaz, repetiría Godard en su *Histoire(s) du Cinema*, de pensar 52 películas al día. Con veintidós años llegó a supervisar toda la producción de la *Universal*, y en 1923, tras previo acuerdo con Louis B. Mayer, se hizo cargo de la producción de la naciente *Metro-Goldwyn-Mayer*.

pérdida aproximada de un cuarto de millón de dólares: hay que tomarlo como «una inversión de buena voluntad», sentencia. Una aparente idea descabellada pero que, para desagrado de Brady (que ve desvanecerse la oportunidad de humillar a su oponente), cuenta con la anuencia de Mr. Marcus, uno de los principales ejecutivos de Nueva York que apenas se mantiene en pie por la edad y que, a petición del propio Monroe, ha expresado su plena confianza en el joven «genio de la producción». Una distinción que, de todos modos, se hace más ostensible en la novela; en el primer capítulo (elidido en el film), por ejemplo, se reforzaba la adscripción identitaria de los personajes con los *padres fundadores* de la nación norteamericana. Oculto bajo un seudónimo durante su viaje a la Costa Este, Monroe es descrito por otro personaje como el responsable indirecto de la situación desesperada de Mr. Schwartz, productor que ha perdido la capacidad de *batir las alas con tenacidad* y que decide, en una parada obligatoria por las condiciones meteorológicas, quitarse la vida¹³ en el pórtico del hogar del que fuera séptimo presidente de los EE. UU., Andrew Jackson¹⁴. Por otro lado, en un encuentro mantenido posteriormente con el príncipe danés Agge, de visita en los estudios (definido en las notas de Fitzgerald como un «fascista incipiente»), se remarca la superioridad del magnate¹⁵ frente al futuro rey que, embelesado por un actor caracterizado de Abraham Lincoln, contempla absorto cómo deglute un barato menú.

Lógicamente, este tono regio tiene su consecuencia en la visión del magnate sobre cómo gobernar el estudio: Monroe es descrito por Fitzgerald como un patrón paternalista¹⁶ que supervisa personalmente todos los aspectos de la producción. Dirige y controla a los problemáticos escritores (un guionista se queja de que existen dos personas más trabajando el mismo guión; mantiene un *vis-à-vis* con un reconocido escritor que no encuentra su sitio en el sistema y está al borde del colapso), sustituye sin titubear a los directores que no considera válidos y, mientras pasea entre falsos paraísos tropicales de cartón piedra, resuelve los dilemas de aquellas frágiles almas que son las estrellas cinematográficas¹⁷.

¹³ A tenor de las numerosas notas de Fitzgerald, esta primera muerte sería equilibrada al final de la novela con la muerte de Stahr en un accidente de aviación.

¹⁴ Hijo de inmigrantes irlandeses, fue el primer presidente elegido por sufragio universal en 1928, tras haberse convertido en un héroe nacional en la guerra de 1812 al derrotar a los británicos en Nueva Orleans.

¹⁵ También Kathlenn Moore, la joven amante, le confiesa su tumultuosa relación pasada con un príncipe sin trono que, por otro lado, poseía un carácter menos regio que él.

¹⁶ En varias ocasiones (reducidas en el film al encuentro con un representante sindical) explicita que entiende a los escritores, pero que son como niños; necesitan a alguien que los guíe.

¹⁷ Recibe la visita de una de sus más importantes estrellas masculinas que se encuentra desesperado por una impotencia sexual que le impide llevar una feliz vida familiar. A pesar de haber consultado numerosos especialistas e incluso «haber ido a una casa de citas», decide visitarle con el convencimiento de que podrá obrar el milagro. En la novela, Stahr ayuda igualmente a Pete Zavras, camarógrafo que ha caído en desgracia por los insistentes rumores de que se está quedando ciego.

Otro claro ejemplo de esta construcción mítica es *The bad and the beautiful*, deformado espejo melodramático en que se reconocen nítidamente algunos personajes del mundo del cine¹⁸. Reflejo obtenido tanto por los *saberes* extracinematográficos propuestos por el film¹⁹ como por su estructuración narrativa a partir de unos *flash-backs* que lo aproximan al territorio biográfico; operador primero en la constitución del sujeto unitario y principal estrategia en la legitimación de la semejanza vital en el plano de la verosimilitud discursiva. La alusión resulta especialmente manifiesta en Jonathan Shields, trasunto del poliédrico David O. Selznick; al igual que el milleniano, es hijo de uno de los grandes pioneros que levantaron la industria (Lewis Selznick²⁰), comenzó su carrera produciendo películas de serie B (también alcanzó el éxito con una película de monstruos: *King Kong*, 1933), dirigiendo finalmente películas de prestigio²¹ que le posibilitaron la recuperación de la empresa paterna (la *Selznick International Pictures*).

La trama es suficientemente conocida: el productor Harry Pebbel (Walter Pidgeon) reúne en su despacho al director Fred Amiel (Barry Sullivan), a la actriz Gloria Lorrison y al guionista y escritor James Lee Bartlow con el propósito de trabajar en un nuevo proyecto del dominante productor Jonathan Shields (Kirk Douglas), con quien todos han tenido conflictos en el pasado. Es a partir de la narración de los tres personajes cuando se construye el periplo profesional (y vital) de Jonathan: el primero cuenta sus inicios desde la muerte paterna (*Fantasma textualizado*²² metonímicamente en la caricatura que recupera de la casa de Lorrison, su ausencia se va a convertir en el acicate vital del productor, que luchará por limpiar su imagen) hasta sus comienzos en la industria con el primer gran éxito (momento en que se deshace del director por otro de más renombre y acusados rasgos cen-

¹⁸ El relato de George Bradshaw en que se basa el film, «Memorial To a Bad Man», se centraba en el mundo teatral de Broadway. Fue el productor John Houseman (que durante los años cuarenta había trabajado con Selznick) quien, interesado en su realización, decidió cambiar de ambientación.

¹⁹ Así la personaje-actriz Georgia Lorrison (Lana Turner), hija del gran actor mujeriego y alcohólico incapaz de superar por sí misma la ausencia paterna al igual que el protagonista (repitiendo sus mismas conductas sobrevive gracias a trabajos de extra) al que tiene erigido un altar en su apartamento, está parcialmente inspirada en Diana Barrymore, la hija de John Barrymore. Respecto al escritor, James Lee Bartlow (Dick Powell), resuenan vagos ecos faulknerianos.

²⁰ Inmigrante ruso, dejó el negocio de la joyería para fundar la *World Film Company*, sociedad en la que participaron tanto su esposa como sus hijos David y Myron, que desempeñaron, siendo casi unos adolescentes, la labor de director y supervisor de montaje, respectivamente.

²¹ La película sureña que termina dirigiendo Jonathan al sustituir al director remite igualmente a la producción más conocida de Selznick; *Gone with the Wind* (*Lo que el viento se llevó*, Victor Fleming, 1939).

²² En un texto especialmente acertado, Juan Miguel Company exploraba la función simbólica del objeto, condensación temporal, en el melodrama: «existiría, pues, un orden de lo real constituido por el objeto primigenio –la mujer amada que creímos, ilusoriamente, nuestra en algún tiempo– cuya pérdida es, a la vez, significada y paliada por sus sustitutivos simbólicos. De esos objetos reemplazantes –nimios, desprendidos del sujeto y a los que éste reviste de desmesuradas categorías emocionales– habla el melodrama» (Company, 1995: 38).

troeuropeos²³). A través de Gloria Lorrison contemplamos tanto su meteórico ascenso como su incapacidad de amar (simula su enamoramiento de la actriz con tal de que actúe en el film), mientras que de boca de James Lee, el pujante novelista que es tentado por Hollywood, descubrimos que ha sido capaz de incitar a la mujer del escritor a la infidelidad con tal de que le dejara tiempo libre para finalizar el guión que llevará su obra a la pantalla.

En definitiva, dos visiones que, horadando el campo de lo imaginario, constituyen un sujeto guiado por elevados designios épicos que lo obligan al enfrentamiento social y la diferenciación elitista de la masa de lo común; rasgos de profundo aroma melodramático que, a tenor de la recreación vital del complejo productor, aviador y empresario tejano Howard Hughes (1905-1976), parece haber impregnado también el campo de lo real²⁴. En efecto, *The Aviator* reconstruye canónicamente²⁵ los resortes vitales del protagonista a partir de su superioridad vital²⁶ y su enfrentamiento con la sociedad, confrontación²⁷ que alcanza su momento álgido tras el terrible accidente aéreo del multimillonario mientras realizaba una prueba con el prototipo XF-11. Marcado sabiamente con un oportuno cambio en el tono de la banda sonora, supone el punto de inflexión a partir del cual el magnate atraviesa su *vía crucis* particular: pese a las terribles secuelas que le obligan a utilizar bastón, del funesto siniestro de uno de los nuevos aviones *Constellation* y la retirada inmediata de toda la flota de la TWA (en poder de Hughes), de la cancelación de los contratos por parte del Ejército y el feroz asedio a que es sometido por el senador Ralph Owen Brewster que, en connivencia con Juan Trippe (presidente de la todopoderosa *Pan Am*, única compañía aeronáutica que puede operar más allá del Atlántico), intentan bloquear los planes expansivos de la TWA, Howard Hughes decide terminar el «Hércules» (el avión más grande del

²³ El famoso director de la primera producción de serie A de Shields, Von Ellstein, está inspirado en aquellos grandes directores como Erich von Stroheim que, durante los años treinta, abandonaron tierras europeas a la llamada hollywoodiense.

²⁴ Como ha señalado Pablo Pérez Rubio, resulta lógico que «un género típicamente norteamericano como el *biopic*, manifestación literaria y filmica del ideal igualmente individualista del *self-made man*, haya buscado frecuentes apoyos en mecanismos melodramáticos» (Pérez, 2004: 65).

²⁵ La película está tejida con los mimbres biográficos clásicos mediante una saturación referencial de la puesta en forma (presenta una interesante paleta cromática), constante utilización de topónimos y cronónimos (que sitúan espacial y temporalmente la acción), presencia de numerosos personajes reconocibles (Katharine Hepburn, Ava Gardner, Errol Flynn o Luis B. Mayer), o la intercalación de documentos «reales» en la trama (sabemos acerca del logro de Hughes alrededor del mundo o del traslado por carretera de las distintas partes del Hércules hasta el Pacífico mediante noticiarios de la época).

²⁶ Acuciado por las deudas y la comisión de investigación es capaz de revisar a la vez los complejos planos aeronáuticos, supervisar el logotipo de la nueva empresa, el cartel de su próxima producción (*The Outlaw*) e incluso el material con que se deben construir los mandos del avión.

²⁷ Al comienzo del film, por ejemplo, un engraido Luis B. Mayer se mofa del joven aspirante a director por pedirle dos cámaras prestadas; más tarde, con *The Outlaw* (1943), tiene un encuentro con la comisión de censura de la *Motion Picture Association* por el tamaño del escote de su protagonista.

mundo bautizado cruelmente por sus detractores como «el granero flotante») aún a riesgo de la quiebra definitiva.

Una inteligente construcción discursiva *significa* la dura pugna y el decisivo triunfo del magnate que clausura el film. Aunque no existe una coincidencia temporal entre la comparecencia de Hughes en la comisión (celebrada en agosto de 1947) y el vuelo del «Hércules» (en noviembre del mismo año), el director realiza un montaje en paralelo de los acontecimientos²⁸ que finaliza con el saldo positivo para el protagonista (convertido en el David que vence a Goliat); el «granero» alza el vuelo²⁹, la TWA sorreará las zancadillas de la *Pan Am* (un enfadado Juan Trippe gira violentamente un globo terráqueo mientras reconoce su derrota) y el magnate, satisfecho de la victoria, se propone abordar inmediatamente los próximos proyectos futuros³⁰: los aviones a reacción.

No obstante, existe un aspecto que llama poderosamente la atención en la conclusión del film y, en general, en la recreación de Scorsese: a pesar de que Howard Hughes no murió hasta el año 1976 (de manera además poco heroica: preso del delirio, encerrado durante semanas sin lavarse ni ver a nadie, fue encontrado muerto en una habitación de hotel), *The Aviator* carece del principio de *totalidad* que suele definir al género biográfico. Así, partiendo del breve prólogo que subraya la *hamartía* (de marcado carácter edípico) del personaje³¹, el film recorre básicamente el ascenso del joven magnate del petróleo en una excluyente y oligárquica industria cinematográfica (comienza en la vorágine del rodaje de *Hell's Angels*, en 1927), finalizando en la mitad del periodo vital del personaje.

Y estas llamativas ausencias resultan igualmente relevantes en la construcción ideológico-identitaria del film por una sencilla razón; porque, como señalara acertadamente el autor colectivo de *Cahiers du Cinema* (VV. AA., 1970: 30) en aquel momento decisivo para la teoría cinematográfica, las películas dicen lo que dicen *también* en eso que no dicen. Y es por ello por lo que dichos silencios se erigen en auténticas *manques structu-*

²⁸ Única ruptura cronológica del film (con la excepción de la alusión a la escena inicial), es un recurso habitual en el *biopic* por una sencilla razón: posibilita que aspectos importantes del pasado del personaje «puntuén» la narración, aportando las correctas claves interpretativas del Yo biografiado.

²⁹ Un llamativo *zoom* se dirige desde un plano general del avión hasta un primerísimo plano desbordado por los ojos del piloto.

³⁰ Una alusión al futuro que conlleva la semilla de la destrucción; preso de otro ataque alucinatorio, Hughes repite compulsivamente la misma expresión (el camino al futuro) mientras contempla reflejada en el espejo la escena inicial del film con una diferencia: ahora es la madre la que escucha y el hijo quien le confiesa que, en el futuro, pilotará los aviones más rápidos que existan, hará las películas más grandes y será el hombre más rico del mundo.

³¹ Una fantasmática madre frota sensualmente al impúber Howard mientras le previene sobre los peligros de todas las epidemias de las que no está a salvo, haciéndole deletrear el vocablo *cuarentena*; *leit motiv* verbal del film que condensa el inestable equilibrio mental del magnate que derivaría en una obsesión compulsiva por la limpieza y la esterilización.

rants³²; sólo a partir de ellas es posible el discurso. Reveladoras resultan, pues, las numerosas elisiones del film; desde los inicios del joven aprendiz de brujo en la producción cinematográfica³³, pasando por la omisión de los cuatro muertos que acarreó su accidente en Beverly Hills o su furibundo anticomunismo, hasta el periplo posterior al vuelo del «Hércules» (único vuelo del gran hidroavión, información también escatimada); momento decisivo en la vida del estafalario multimillonario que, por ejemplo, se hizo con el control de la RKO convirtiéndose, según Douglas Gomery (Gomery, 1991: 162), en el artífice de su desmantelamiento a mediados de los años cincuenta.

LA SALA DE PROYECCIÓN

Existe un lugar retratado en estos films que condensa ejemplarmente los rasgos míticos del productor: la sala de proyección, espacio de marcado carácter ritual donde se deciden, como describiera de manera soberbia Scott Fitzgerald³⁴, los designios del inmenso esfuerzo efectuado por los sujetos participantes en el proyecto. No es de extrañar entonces que *The Last Tycoon*, por ejemplo, comience precisamente en una de ellas: si las primeras imágenes muestran una típica escena de cine negro (en el interior de un restaurante italiano, alguien es asesinado a golpe de ametralladora), al momento descubrimos que se trata del visionado de un film en una sala de proyección. La construcción del encuadre no puede ser más elocuente: la cámara, situada frontalmente a una pantalla erigida en el altar donde el *gran oráculo*³⁵ escruta las señales que motivarán sus profecías, ofrece un espacio³⁶ levemente iluminado en cuyo

³² Se intentará aquí, por el remarcado de estos films en un proceso de lectura activo, hacerles decir eso que dicen *en* eso que no dicen, detectar sus faltas constitutivas, que no son defecto de la obra (porque estos films, Jean-Pierre Oudart lo ha mostrado bien –véase número anterior– fueron la obra de cineastas de gran dominio) ni truco del autor (¿por qué diablos tendría que estar trucado?), sino *falta estructurante* (*manque structurant*), siempre desplazada, sobredeterminación sólo a partir de la cual esos discursos han sido posibles y efectuados, no-dicho incluso en el decir y necesaria en su constitución; en una palabra, retomando la expresión de Althusser: las «tinieblas interiores de la exclusión».

³³ *Swell Hogan* (1926), *Everybody's Acting* (1926) o *Two Arabian Knights* (1927), esta última dirigida por Lewis Milestone.

³⁴ Stahr se sentaba en la sala «a las dos y media y de nuevo a las seis y media para ver todo lo que se había filmado durante el día. En esas condiciones la tensión solía ser violenta, pues se trataba de enfrentarse con *faits accomplis*, resultado neto de meses enteros empleados en comprar, planificar, escribir y volver a escribir, hacer los repartos, realizar decorados, iluminar, ensayar y filmar; era el fruto de brillantes ideas o desesperados consejos, del letargo, de la conspiración y el sudor. Era el momento en que la complicada maniobra se hallaba a punto y en suspenso...; lo que allí se obtenía eran los comunicados del campo de batalla» (Scott, 1991: 87).

³⁵ «El oráculo había hablado. No había nada que preguntar ni que discutir. Stahr siempre tenía la razón –no la mayoría de las veces, sino siempre–, y de no ser así toda aquella estructura se habría desplomado como manteca derretida» (Scott, 1991:92).

³⁶ Por el contrario, el hogar del productor aparece como el no-lugar; carente de la presencia femenina, aparece frío, vacío.

centro geográfico (y simbólico; más de quinientos años de pintura occidental religiosa nos han enseñado que el lugar del centro es siempre el lugar de la divinidad) se ubica un misterioso personaje de espaldas al espectador³⁷ (pronto sabremos que es el protagonista del film³⁸), que da órdenes a sus subordinados acerca de las imperfecciones del material visionado: duración de planos, relación plano-contraplano, etc. En otro momento, en un encuadre similar (pero con la cámara desde el lugar de la pantalla), el espacio aparece en inestable equilibrio con la presencia de Stahr y Brady en los extremos de la composición.

También en *The Bad and the Beautiful* asume la sala una importante función; en la primera ocasión (en el más explícito guiño del film a la figura de un personaje real³⁹) Jonathan y Fred, decepcionados por los medios de que disponen para la realización de *La maldición de los hombres pantera*, deciden resolver el film mediante la insinuación de elementos que preluden el terror (ojos que acechan en la oscuridad, un perro que, asustado, gruñe y gime, un ave con las plumas arrancadas...) antes que mostrar unos cuantos trajes apolillados cargados por enclenques actores. En otra, más decisiva, se escenifica el ocaso de Jonathan tras el fracaso de sus dos últimas producciones; visionando la película que ha terminado dirigiendo él mismo (falto de humildad, sustituyó al director por no estar realizándola como él quería), reconoce que ha errado estrepitosamente («he tomado una linda y tierna historia y la convertí en una aburrida y pomposa película»), negándose a distribuirla a pesar de la insistencia de sus colaboradores que le hacen saber su estado ruinoso: Jonathan Fields, al igual que antaño Ícaro, perece por su ansia excesiva y su soberbia.

Más relevante, sin duda, resulta la sala de proyección en *The Aviator* desde la improvisada tienda durante el rodaje de *Hell's Angels*; en un gesto metafórico de lograda belleza, Howard Hughes se convierte él mismo en la pantalla sobre la que se proyecta una batalla aérea al interponerse delante del proyector (motivo iconográfico a lo largo de todo el film).

Por otro lado, en el momento decisivo para el magnate tras el accidente y después de la cita privada que mantiene con el senador Brewster, permanece encerrado varias semanas en un alarmante estado delirante, negándose a ver a nadie (se comunica con

³⁷ Monroe domina la pantalla cinematográfica; qué distinto del habitual plano en que el rostro del espectador, reducido a ser únicamente un gran ojo escópico, es literalmente secuestrado por la pantalla.

³⁸ El protagonista (interpretado por Robert de Niro) no aparece de manera nítida en la imagen hasta el minuto diez; escena del terremoto en que descubre a una joven idéntica a su fallecida esposa. Hasta entonces la identidad del magnate ha ido desgranándose a partir de otros dos personajes: Brady (ejecutivo al que está enfrenteado) y el guía turístico.

³⁹ Sin duda, el claro modelo de la escena es Val Lewton, productor que se hizo cargo en 1942 de una unidad de bajo presupuesto de la RKO destinada a la realización de películas de terror. Llegó a supervisar un total de once entre las que destaca *Cat People* (*La mujer pantera*, 1942), película dirigida por Jacques Tourneur que alcanzó un gran éxito al insinuar lo terrorífico más que mostrarlo.

el exterior mediante unas grabaciones en las que establece los estrictos rituales que deben ser llevados a cabo para su manutención). El espacio (gracias, entre otras cosas, al acertado uso lumínico-cromático) adquiere entonces manifiestos rasgos teatrales que metaforizan el estado demente del protagonista; unos fulgurantes destellos luminosos procedentes del proyector que configuran una aureola de evidentes connotaciones crísticas sobre su cabeza, una hilera de botellas de leche simétricamente colocadas en el suelo bajo un potente foco lumínico mientras Hughes construye un ritual para su consumo, o la proyección de imágenes de sus films (sobre todo el desierto de *The Outlaw*) sobre su herido cuerpo desnudo mientras se retuerce por el suelo, subrayan la conversión de la sala en el purgatorio privado del magnate como paso previo a su purificación y posterior enfrentamiento a la comisión.

CODA: EL OCASO DEL PRODUCTOR

Sin duda, el declive del *studio system* y la profunda reconfiguración de la industria cinematográfica desde la década de los sesenta, ha afectado inevitablemente al productor y su función en el seno de los nuevos conglomerados verticales; redefinición que, lógicamente, ha afectado a su representación cinematográfica. Es la hora de la nostalgia, del llanto por la pérdida del héroe y su sustitución por los jóvenes tecnócratas universitarios que sólo comprenden el cine en términos económicos (el viejo productor de tintes aristocráticos es percibido como una rémora del pasado que obstaculiza los intereses de las nuevas corporaciones) o bien la hora de la *desheroización*; del despojamiento de los atributos demiúrgicos con que había sido investido en la época dorada.

De esta nueva situación también existen jugosos ejemplos como *The Last Producer* (*El último productor*, 2001, Burt Reynolds); film que narra los avatares de un productor «a la vieja usanza» (cuarenta y tres años en el negocio) por conseguir los 50.000 dólares que necesita para hacer valer su acción de compra por un guión que considera extraordinario. Para ello intenta implicar a sujetos al margen del mundo del negocio cinematográfico: un conocido empresario con el que juega a las cartas, un antiguo actor al que ayudó en sus orígenes, unos adventicios productores armenios de dudosos negocios inmobiliarios que le imponen duras condiciones económicas y, finalmente, un corrupto policía neoyorquino jubilado.

Si bien es cierto que estéticamente el film no tiene mayor interés, resulta relevante por la saturación de *indicios*⁴⁰ que ayudan a construir la identidad del protagonista:

⁴⁰ Atendiendo a la clásica distinción establecida por Roland Barthes en su análisis estructural del relato, los *indicios*, que corresponden a una «funcionalidad del ser», aportan informaciones que «conciernen a los personajes, informaciones relativas a su identidad, notaciones “atmosféricas”, etc.». El subrayado es mío (Barthes, 1970: 19).

Sonny Wexler es un crepuscular productor (anteriormente contratado por varios estudios; en su escaso palmarés destaca únicamente *The Big Rain*, película nominada en una ocasión a los Oscars) que tiene problemas de corazón (muestra una enorme cicatriz en todo el pecho), no pasa por su mejor momento económico ni vital (en la escena de arranque, un furgón le arranca de cuajo la puerta del ya de por sí destartado descapotable⁴¹; por otro lado, su mujer, mítica estrella de otros tiempos, vive ahora refugiada en las pastillas, la neurosis y sus gatos), además de que todos sus conocidos en los estudios han muerto, se han jubilado o están a punto de hacerlo (los guardas de seguridad no le conocen y le exigen el pase de entrada).

Enfrentado a él, un nuevo vicepresidente del estudio cuyo significativo nombre es Damon Black. En su primera aparición habla por un teléfono que le deja las manos libres (sujeta una raqueta de tenis) mientras recibe a Sonny. De la conversación parece deducirse que está controlando unos decorados, pero en realidad está gestionando la reforma de su nueva casa en Malibú. No hay duda: es el prototipo del joven empresario arrogante y materialista, desinteresado realmente del potencial simbólico de las películas, que odia todo lo que pueda provenir de la experiencia. De hecho, en su segunda aparición (con los pies encima del escritorio) remarca la exclusión de Sonny de unos nuevos tiempos extremadamente complejos (se refiere a los nuevos dueños del negocio, los japoneses, que «ahora quieren comprar Hollywood»⁴²) y le cuenta una experiencia que tuvo en un bar de Berlín; nadie hacía caso a la televisión hasta que comenzó la serie de *Los vigilantes de la playa*, momento en que todos volvieron sus ojos enloquecidos de furor hacia la pantalla («es nuestra coca; la vendemos por todo el mundo», decreta Damon).

Igualmente interesante en ese sentido resulta *The Player* (*El juego de Hollywood*, 1992, Robert Altman); mordaz sátira del mundo de los estudios en que un cínico productor, acechado por unas amenazadoras misivas y un arribista procedente de otro estudio, asesina equivocadamente a un joven escritor creyendo que era el peligroso remitente. Al final del film no sólo resulta indemne (aunque la policía está convencida de su culpabilidad y el auténtico remitente lo puede denunciar), sino que asciende profesionalmente tras manejar maquiavélicamente los hilos que gobiernan el estudio.

⁴¹ Vehículo contrastado a lo largo del film con otros remarcando su vejez: con el del empresario armenio, con el descapotable de su joven guionista (regalado presumiblemente por su oponente) o el Ferrari del joven ejecutivo.

⁴² Consecuencia directa de las estrategias industriales contemporáneas ha sido la absorción de las grandes compañías cinematográficas de Hollywood por conglomerados multimedia, industriales o financieros. La legislación promulgada en 1986, que abolía los decretos antimonopolio de 1948, favoreció enormemente el proceso de concentración vertical a finales de la década de los ochenta provocando importantes adquisiciones y fusiones como el control de la Warner por Time (transformado posteriormente, debido al fuerte endeudamiento del grupo, en la nueva sociedad Time Warner Entertainment [TWE] con capital japonés), o la aparición del grupo Turner (grupo que ha diversificado ejemplarmente sus actividades).

BIBLIOGRAFÍA

- Barthes, R. (1970), «Introducción al análisis estructural del relato» en VV. AA.; *Análisis estructural del relato*, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, pp. 9-43.
- Bordwell, Staiger y Thompson (1997), *El cine clásico de Hollywood estilo cinematográfico*, Barcelona, Paidós.
- Capra, F. (1999), *El nombre delante del título*, Autobiografía, Madrid, T&B Editores.
- Carlyle, T. (1985), *Los héroes*, Madrid, Sarpe.
- Company, J. M. (1995), *El aprendizaje del tiempo*, Valencia, Episteme.
- Gomery, D. (1991), *Hollywood: el sistema de estudios*, Madrid, Verdoux.
- (1998) «El nacimiento de Hollywood y los primeros magnates», en *Historia general del cine*, vol. II: EE. UU. (1908-1915), Madrid, Cátedra, pp. 57-81.
- Leff, L. (1992), *Hitchcock & Selznick*, Barcelona, Laertes.
- Rubio Pérez, P. (2004), *El cine melodramático*, Barcelona, Paidós.
- Scott Fitzgerald, F. (1991), *El último magnate*, Barcelona, Anagrama.
- Tudor, A. (1975), *Cine y comunicación social*, Barcelona, Gustavo Gili.
- VV. AA. (1970), «Young Mr. Lincoln», *Cahiers du Cinéma*, n.º 223, agosto, pp. 29-47.

Sistemas de producción hollywoodiense para un cine en pañales

CARMEN RODRÍGUEZ FUENTES

Universidad de Málaga

La producción es el punto de partida para la creación de una película. Los riesgos que corre una productora nacional dependen, no tan sólo de su propio mercado, sino de la propia estructura internacional del cine. Tras la Primera Guerra Mundial la industria cinematográfica francesa, por unos motivos u otros, es desbancada por la incipiente industria estadounidense. Es en este momento cuando comienza a tejerse la red de la estructura internacional del cine, que será elegida y orquestada desde Estados Unidos. Las industrias cinematográficas nacionales comenzarán a verse amenazadas por el predominio norteamericano.

Cada pueblo tiene la necesidad de crear un cine propio por razones culturales, sociales y políticas. Como expresión cultural que es, el cine vehicula el espíritu del pueblo que lo produce. El cine nacional es generador de riqueza, ya que la promoción y difusión de la producción nacional en el mercado internacional siempre tiende a conseguir un equilibrio económico, con el ingreso de divisas, en la balanza cinematográfica.

La debilidad de una producción cinematográfica puede deberse a los factores de creación, indispensables sin ninguna duda, pero también a la falta de apoyo por parte de una estructura comercial a un producto susceptible de exportación. La presumible exportación de las películas supone una difusión internacional, que ofrece también un interés político y cultural.

Está claro que el cine crea cultura, y también que es una industria que puede generar buenos beneficios al país que lo produce. Para la obtención de estos beneficios el primer paso es desarrollar una industria que permita la producción continuada de

películas, y para el fomento de esa industria hay que protegerla de otras industrias cinematográficas extranjeras.

Será en torno a los años veinte cuando comience a establecerse en distintos países europeos un sistema de protección de las cinematografías nacionales. En España, con mayor retraso industrial y una autarquía que cerró sus fronteras, se plantea la necesidad de protección del cine nacional más tarde que en el resto de Europa.

300

Salvo contadísimas excepciones, los cines nacionales no tienen una industria cinematográfica que, por sí misma, sea rentable económicamente hablando, debido a que en su mismo mercado se encuentra con una fuerte competencia. De ahí la necesidad de políticas oficiales que protejan a este cine, que se ve colonizado en su propio mercado por industrias cinematográficas extranjeras.

En el caso del cine español es frecuente que se hable de crisis a lo largo de su historia. Causa principal de esta crisis es precisamente la falta de protección de la industria cinematográfica frente a industrias extranjeras.

Los modos y sistemas de producción, que son varios y distintos, se corresponden con diferentes etapas del desarrollo industrial cinematográfico en Estados Unidos. Debido al retraso de nuestra cinematografía con respecto a la que se produce en Hollywood servirán de referencia continua los pasos que da la primera potencia mundial en producción de films; de esta manera el modelo de Hollywood será el paradigma para otras industrias más pequeñas o que empiezan a nacer en ese momento. Por ello, siendo Estados Unidos la locomotora y España vagón de cola, la segunda buscará los mismos postulados que la primera.

Es objeto de nuestro estudio la labor de figuras como Ignacio F. Iquino, Vicente Casanova o Cesáreo González, que ayudarán al fortalecimiento de la industria cinematográfica española desde el campo de la producción de un cine que denominamos, justificadamente, «en pañales».

Ignacio F. Iquino, con una dilatadísima carrera casi hasta nuestros días, sobresale dentro del cine español por su capacidad de adaptación a las circunstancias industriales del cine en cada momento. Nos interesa especialmente estudiar sus primeros años de andadura, primero trabajando para el consorcio empresarial de Cifesa y Aureliano Campa, y luego al frente de su propia productora, Emisora Films.

Al finalizar la Guerra Civil, la industria cinematográfica española ha desaparecido por completo: estudios de grabación y laboratorios no existen, un número considerable de sus artífices se ha exiliado, y lo que es más grave, los medios económicos necesarios para levantar una industria son muy reducidos; téngase en cuenta que el país está sumido en una postguerra con autarquía incluida, con lo que eso supone. Es por todo ello por lo que nos atrevemos a hablar de un «cine en pañales»

La fórmula para generar de nuevo una industria cinematográfica pasa por la creación de subvenciones estatales y la protección frente a industrias extranjeras, lo que supone en todo caso una intervención del Estado.

Las subvenciones y la censura son las dos grandes intervenciones estatales que perfilarán al cine español de la postguerra. Pero también hay que decir que en otros países se crearon códigos desde la propia industria para evitar la intervención de sus gobiernos. En España no supieron, o no pudieron establecer un sistema objetivo y coherente, lo que en muchos casos supuso incluso pérdidas económicas al depender de una Junta sin criterios predeterminados, sino que lo subjetivo fue la única norma aplicada.

Desde la Real Orden de 27 de noviembre de 1912 del Ministerio de la Gobernación, reglamentando las exhibiciones cinematográficas, hasta el Real Decreto de 1977 se han sucedido una treintena larga de disposiciones de diferente rango, promovidas con el fin de preservar la moral social o la ideología del Estado. Sin despreciar las implicaciones políticas, la censura tuvo en España unas consecuencias económicas determinadas.

El Estado español se entrometerá en las posibilidades de la creación artística cinematográfica por medio de la censura. La función tutelar que asume el Estado frente al cine estará en todo momento al servicio del primero. Así, durante muchos años, los productores, directores y guionistas tuvieron que bandear con la censura, ya que tenían que superar por dos ocasiones su control, primero sobre el guión y segundo sobre película terminada. La pelea con la censura fue en momentos encarnizada, ya que la postura caprichosa de un censor podría traer consecuencias económicas graves. Pongamos por caso el hecho de que los contratos de cesión de derechos de reproducción de guiones cinematográficos contenían una cláusula por la que los autores se obligaban a continuar cambiando la historia mientras la censura lo exigiese, sin cobrar por ello mayor remuneración que la pactada en origen.

En su deseo de proteger y promocionar la industria cinematográfica española, el Estado aplica sus primeras medidas en el año 1939, en el que crea la Subcomisión Reguladora de la Cinematografía, dependiente del Ministerio de Industria y Comercio.

Ignacio F. Iquino, como otros profesionales del cine, sabe que para el desarrollo de la producción y el comercio de películas es necesaria una financiación excepcional que se define por unas elevadas inversiones, por unidad de obra y una lenta recuperación de las mismas. Conociendo el alto riesgo que hay que correr, por la incertidumbre de las previsiones, es indiscutible que el comercio internacional es absolutamente necesario. Sin embargo, Iquino sabe también que debe buscar otras alternativas, ya que la situación del país es realmente precaria.

En los primeros años de la década de los cuarenta, cuando la autarquía es más férrea, no se podía plantear la exportación-importación como medio para el mejor desarrollo industrial de nuestro cine. Así, productores como Iquino aspiran en principio a una subvención que les permita realizar su película, y que la censura no se cebe en ellos. *A posteriori*, se conoce el gran negocio que supuso para los productores españoles la concesión de licencias de importación.

La Subcomisión Reguladora de Cinematografía, perteneciente al Ministerio de Industria y Comercio, cuya competencia era regular las medidas económicas de la cinematografía española, dispuso que se concedieran licencias de importación de películas extranjeras a los productores de películas nacionales exclusivamente¹.

Posteriormente esta Orden será revocada por otra², en la que se modifica la condición para ser beneficiario de dicha licencia de importación. Ahora no sólo era necesario ser productor nacional, sino que se debía obtener una categoría técnica y artística considerable, y en relación con el coste de producción. Esta categoría era concedida por una Comisión Clasificadora que creó para tal efecto el Ministerio.

Esta medida suponía una compensación económica oficial para los productores, ya que éstos vendían las licencias de importación a las distribuidoras. Sin duda, la producción nacional se encargaba de regular la importación de películas extranjeras.

Como decíamos, es en los años cuarenta cuando se tiene por primera vez la conciencia de protección y fomento del cine español. Como primer paso, en la zona nacional se había creado el Departamento Nacional de Cinematografía. Terminada la contienda, se dictan las primeras normas protectoras, ya que desde los comienzos del cine hasta la Guerra Civil tan sólo se establecen disposiciones sobre reglamento de policía de espectáculos y censura. Las primeras medidas protectoras³ consisten en: créditos sindicales, premios anuales a la producción de mejor calidad, concurso anual de guiones, becas para el perfeccionamiento de la técnica cinematográfica.

Se creó el fondo para el fomento de la cinematografía nacional, el cual se nutría de los cánones impuestos en la importación de películas extranjeras y de las tasas establecidas para el doblaje de dichas producciones.

Los medios económicos para cubrir los primeros créditos sindicales provenían del fondo para el fomento de la cinematografía⁴. Hasta 1945 se otorgaron pocos créditos, pero a partir de esta fecha, y hasta 1949, el 90% de la producción española obtuvo préstamos, estimando un promedio por película de unas 600.000 pesetas. Posteriormente se estableció un menor porcentaje, repercutiendo a menor número de películas, pero con un valor mayor para cada una de ellas. Es decir, los créditos fueron concedidos a menos del 50% de la producción total, pero el promedio por película era más alto, con lo que ello repercutió en el aumento de presupuestos para las películas. Llegando a ser los costes de producción de una película por aquel entonces de más de un millón de pesetas.

La cuantía de las tasas para la importación de películas extranjeras variaba dependiendo de la importancia del film extranjero. Previamente eran clasificadas, y podían

¹ Orden Ministerial de 28 de octubre de 1941.

² Ídem de 18 de marzo de 1943.

³ Ídem de 11 de noviembre de 1941.

⁴ Ídem de 23 de abril de 1941.

aspirar a tres categorías diferentes. Este tipo de clasificación variará a partir de 1944, cuando entra en vigor una nueva ley⁵, por la que se establece una clasificación arancelaria protectora de la industria cinematográfica nacional. En la ley también se establecen unos cánones sobre las películas importadas, en razón a la importancia de éstas. Sin duda es fundamental la creación de los créditos sindicales, y hay que tener en cuenta que éstos podían ascender hasta el 40% del coste total de la película. Además, no se pagaban intereses, tan sólo se exigía un aval, y la devolución del crédito estaba condicionada al momento en que el productor recibía las subvenciones estatales de protección.

Los premios anuales comprenden una totalidad de diez, seis para largometrajes y cuatro para cortometrajes. El valor del premio ascendía hasta 1.900.000 pesetas, mientras que el premio de guiones ascendía a 50.000 pesetas por premio y se concedían cinco en total. Paralelamente se reconoce un nuevo concepto para la protección del cine nacional. Nos referimos a la cuota de pantalla, que no es otra cosa que la obligación que tienen las salas de exhibición de programar una proporción de películas nacionales respecto a las extranjeras. Dice así la Orden Ministerial: «... decidido el gobierno a fomentar la producción cinematográfica en su doble aspecto de fuente de riqueza y de vehículo para la difusión de nuestra cultura»⁶.

La proporción establecida era de una semana de proyección de películas nacionales por cada seis de películas extranjeras (cuota de seis a una). A lo largo de los años la proporción de la cuota irá cambiando.

Otra medida que se aplicó, y que posteriormente tuvo trascendentales consecuencias (desarrollo del doblaje), sería la Orden Ministerial de 23 de abril de 1941, en la que se establece: «Queda prohibida la proyección cinematográfica en otro idioma que no sea el español».

Al comienzo del trabajo hacíamos referencia a la necesidad de tener un cine propio, huir de la colonización extranjera y fomentar el espíritu nacional. Es de aquí de donde parte la Vicesecretaría de Educación Popular para, a través del título de interés nacional⁷, fomentar ese espíritu del que hablábamos. Este título se concedía a aquellas películas que contuviesen enseñanzas de los principios morales y políticos del régimen. A la larga, las películas con este título no tuvieron especial preferencia en la contratación de las salas de exhibición, aunque precisamente éste era su propósito. En 1946 una nueva tentativa de protección al cine nacional vino al aplicarse a la cinematografía la ley de Ordenación y Defensa de la Industria Nacional⁸. El Decreto-Ley de 25 de enero de 1946 buscaba garantizar la nacionalidad española de todos los sectores cinematográficos que se constituirían con capital íntegramente español.

⁵ Ley de 19 de julio de 1944.

⁶ Orden Ministerial de 10 de febrero de 1941.

⁷ Ídem de 15 de junio de 1944.

⁸ Ley de 24 de noviembre de 1939.

Con estas bases para la protección del cine nacional, las empresas productoras debían determinar el sistema de producción que aplicarían. Productores como Vicente Casanova, Cesáreo González e Ignacio F. Iquino se encuentran entre los productores más importantes del cine de la postguerra, y son ellos los que promueven el asimilar los sistemas de producción hollywoodienses.

En los primeros años de la industria hollywoodiense se suceden tres sistemas: el de operador de cámara, director y de equipo de director. Un sistema sucederá a otro según se desarrolle la industria y existan nuevas necesidades. Este periodo abarca desde 1896 hasta 1914. En estos sistemas las decisiones las tomaban el director y el operador de cámara. A partir de 1914 se introduce el sistema de productor central. El productor es un nombre mítico. Se le confunde habitualmente con el capitalista que se responsabiliza de la financiación del film únicamente, o con un técnico de producción de alto nivel. Pero realmente puede no ser ninguna de las dos cosas, aun cuando puedan concurrir en él aquellas y otras aptitudes. A la hora de definir al productor puede haber discrepancias debido a que, a lo largo de la historia del cine, ha ido ocupando distintas facetas y, sobre todo, dependerá del potencial de la industria a la que pertenezca para que sus funciones puedan ser unas u otras. No es lo mismo un productor de cine europeo que uno de Hollywood. Pero sin duda la existencia de esta figura se debe a que cada producción es una unidad de obra. No existe la producción estándar; cada película conlleva una elaboración nueva y precisa, de mecanismos similares pero no idénticos.

El productor se ocupa no sólo de la elaboración de la película, sino también de su comercialización, de los problemas administrativos (autorizaciones, subvenciones, obtención de licencias y nacionalidad) y de los aspectos técnicos, económicos, fiscales, etc., que engloban todo el proceso.

El cine es una industria de alto riesgo, pues necesita grandes inversiones y una recuperación lenta y, cada vez más, reducida en el tiempo, y sin que existan fórmulas mágicas que nos ayuden a prever resultados y rendimientos económicos. A diferencia de otros productos comerciales, la película no se va a consumir de forma continuada ni la demanda busca un modelo de film concreto. Por ese motivo será labor del productor motivar al espectador para crear el deseo de ver la película. De este modo, la publicidad sobre un estudio o el atractivo de sus estrellas ha tenido un papel determinante para promocionar sus películas.

Conviene, no obstante, aclarar que es fundamental separar por un lado la figura del simple inversor de la del profesional que, con sus medios económicos o no, hace posible la existencia de una película. Los magnates de Hollywood disponen de una robusta financiación propia, que fue deteriorándose con el paso de los años (cuando el cine dejó de ser la primera fuente de diversión para el público potencial y, sin embargo, las películas aumentaban a ritmos de inflación sus costes). Situación completamente distinta la que vivían los productores de los años cuarenta en España, el

retraso con respecto del cine estadounidense se puede concretar en torno a quince o veinte años.

El sistema de productor central se inició en 1912 y en 1914 se había consolidado, y fue sistema predominante hasta 1931. Para producir películas de calidad de varias bobinas era necesario un sistema de producción en cadena. Ahora el productor y el departamento de producción se encargarían de aquellas funciones que antes realizaban el operador de cámara y el director en lo referente principalmente al tipo de producto; para ello la compañía iba a planificar y estimar el coste de la película antes de su filmación, y el director sólo se ocupaba de realizar la película.

En el sistema de productor central se establece una clara división de responsabilidades, y su principal objetivo es el de máximo beneficio sin cambiar un ápice del presupuesto. La planificación del trabajo y la estimación de los costes de producción a través de un guión detallado se convirtió en un paso nuevo e importante en el proceso de trabajo. De este modo, se incrementó la velocidad de la producción de películas, logrando casi llegar a la producción estándar. El guión se escribía detallando cada plano, lo que permitía de antemano conocer un presupuesto muy detallado, y además era un recurso a lo largo de la producción de la película, principalmente para el montaje. El productor se convirtió en director en jefe y agente económico de la empresa.

Se prepararon memorandos de procedimientos de contabilidad para contables cinematográficos, lo que supuso una gran presión para ajustarse a la asignación de los costes, con lo que se vieron afectados los procedimientos de trabajo durante el rodaje. Debido a que el cine español llevaba, según en qué aspectos, un retraso de diez a quince años con respecto al cine de Hollywood, cuando Vicente Casanova comienza con sus producciones, en Hollywood ya han superado distintos sistemas de producción. Los productores españoles buscan un modelo cercano al sistema de productor central, salvando las distancias.

Ignacio F. Iquino aplica en su productora nuevos modos de rodar, y concibe la producción como un todo, desde el concepto de productor total. Su concepto de un rodaje rápido y rentable es una enseñanza adoptada de Hollywood, y descubriremos la aplicación del sistema de productor central en el cine español. Iquino trabaja con un equipo fijo de profesionales tanto técnicos como artísticos, y su producción la realiza en cascada (utiliza mismos decorados y vestuario para distintas películas). Pero es Vicente Casanova el primero que produce cine en España desde un punto de vista eminentemente industrial. Su política era la de programación a largo plazo. Se partía del guión para realizar una minuciosa planificación del rodaje. Se trabajaba con los mejores profesionales (todos ellos en nómina) de las distintas facetas, técnicos y actores.

El sistema de productor central suponía un estudio en detalle de los costes de la película previo a la producción de ésta, hasta el extremo de que los contables

anotaban los costes de todos los decorados y vestuarios en los libros de una película determinada; se utilizaron los mismos decorados en distintas películas, buscando mayor rentabilidad, pero esto también afectó al tipo de géneros cinematográficos —se insistía en el mismo.

Como la empresa quería saber hasta dónde podrían llegar los beneficios de su futura película, se realizaron distintos estudios que permitiesen calcular el coste de la película previamente. Después lo que no se podía atribuir a una sola película, se convertía en gastos generales.

El sistema de productor central en Hollywood introdujo una serie de altos directivos, que eran aquellos productores que controlaban todo lo referente a la película.

El papel del productor español en los cuarenta es el de asegurar la conexión entre los creadores, la financiación y la distribución. Es decir, en la actividad de la empresa productora existen dos facetas: por un lado, la creación propiamente del film, y la segunda la comercialización de dicha película o producto cinematográfico.

Con respecto a la primera faceta, ya hemos estudiado las leyes y órdenes ministeriales con las que contaban los productores para poder proteger y subvencionar sus productos, y con respecto al otro tema, que es la administración de la financiación, hay que reconocer que cualquiera de los productores españoles, a pesar de sus precariedades, sabía muy bien que, tuviesen una fuente de financiación u otra, siempre debía recuperarse, para la continuación del negocio. No hay mecenas, por mucho activo empresarial que apueste en el empeño, ni productor arriesgado que pueda producir una película tras otra cosechando fracasos comerciales. El capital tiene fin, a mayor o menor plazo.

Y en España, por el tipo de producciones realizadas y la endeblez característica de su industria, el productor reunirá en sí mismo todas las obligaciones del productor hollywoodiense, más si trabaja en películas donde concurren otras funciones, como ser el propio director y guionista de la obra. Es decir, que el productor lo decide todo. Similar con respecto a Estados Unidos, téngase en cuenta que el productor norteamericano ha sido siempre el encargado de hacer el montaje de las películas.

Es decir, la actividad del productor se extiende desde el campo financiero hasta el técnico. Puede ser el financiador del film o el representante de un grupo financiero —persona experta— que se encargará de la producción de varias películas. En la mayoría de los casos, el productor se encarga de la búsqueda de la financiación y asume la producción. La primera actividad del productor es la de convencer a un financiero o conseguir las subvenciones estatales. A partir de este momento, el productor se enfrenta a la fabricación de la película. El productor debe adaptar la financiación a la recaudación esperada, ya que las inversiones son muy altas y con gran riesgo; tanto es así que, incluso en el Hollywood todopoderoso, muchos productores tuvieron que acudir a préstamos muy gravosos, cayendo finalmente en la bancarrota. Los ejecutivos, en muchas ocasiones fundadores de las compañías, tuvieron que desprenderse de sus paquetes de acciones a precio a veces de saldo.

Con respecto a la distribución, lo que el sistema de estudios de Hollywood había demostrado es que el gran negocio del cine lo es siempre que se asocie la empresa de producción a las grandes distribuidoras y a los círculos de exhibición. En otras palabras, en esos años el productor no tenía otro método de recuperación de su inversión que a través de las taquillas de los cines.

Una vez producida la película, hay que colocarla en el mercado, y según el desarrollo del sector de la distribución, la película puede tomar distintos caminos.

En los comienzos del cine, cuando no existía más que el embrión de lo que más tarde habría de ser una importante industria, los propios productores realizadores de aquellas elementales películas de los primeros tiempos basaban su negocio en las proyecciones ambulantes. El gran éxito de estas proyecciones produjo la multiplicación de lugares donde se exhibían esas primeras películas. Esto obligó a realizar múltiples copias de un mismo máster para poder cubrir todo el territorio y, al mismo tiempo, se consolidaron los establecimientos estables de proyección, conocidos como palacios o salas de exhibición cinematográfica.

En un principio, el productor era realizador, cámara y exhibidor de sus propias películas; pero al establecerse las salas estables de exhibición, el procedimiento de venta de películas cambió a ser el de por alquiler.

En Europa fue Pathé el primero que decidió cesar la venta de copias para uso profesional, y decidió establecer el sistema de alquiler de películas. Este cambio es debido a que en el momento en que el metraje de la película es mayor, se hace necesario un mayor control del producto; las películas ahora se alquilan, y así nace el sector de la distribución, ejercido al principio por la misma casa productora.

Entre 1903 y 1909 la Pathé Frères se convertirá, entre otras cosas por la nueva concepción de distribución de las películas, en una poderosa empresa cinematográfica (valga el dato: al terminar enero ya había amortizado todos los gastos del año entrante). Este gran éxito comercial anima a Pathé a constituir un monopolio gracias a la expansión vertical de su firma (abarca desde la fabricación de película a la exhibición de la obra). La concepción de la distribución de Pathé se exporta al resto del mundo.

En Estados Unidos, las sociedades denominadas *majors* integraban producción, distribución y exhibición. Su principal fuente de poder provenía, no de la producción, sino de las redes de distribución que poseían en todo el mundo. Destacamos la política de Famous Players que afianzó su posición con la singularidad de sus productos (sistema de estrellas), una distribución a escala nacional –que posteriormente fue también a escala internacional– y la exhibición controlada a través de pocas salas de cine de estreno, pero situadas en las ciudades principales.

En España, durante la autarquía, las relaciones internacionales son mínimas; tan sólo a través de la importación de películas extranjeras se obtiene una idea de lo que se produce en otros lugares. A partir de 1946, las importaciones de películas extranjeras

quedan reguladas, por un lado, indirectamente, por las concesiones a los productores nacionales de los permisos para doblar películas extranjeras y, por otro, directamente, por la concesión de los permisos de importación de películas extranjeras por autorizaciones de doblaje al castellano. Se trasladaron las competencias a la Junta Superior de Orientación Cinematográfica, del Ministerio de Educación Nacional, en cuya mano estaría la aceptación o no del doblaje de películas extranjeras, o si fuese el caso conceder el permiso de exhibición de dichas películas con subtítulos en castellano (Orden Ministerial de 21 de diciembre de 1946).

Hay tres métodos de distribución predominantes:

1. La distribución exclusiva es una distribución restringida, limitada a una o algunas salas. Las películas se estrenan en las grandes ciudades del país.
2. La exhibición en plataforma; el número de copias es entonces más importante. En ambos casos, la reducción del número de copias destinadas a los mercados seguros permite una distribución menos costosa. Por otra parte, también la publicidad será menos costosa, colocándose en medios más cercanos al punto de exhibición.
3. El estreno masivo es el modo de distribución utilizado más corrientemente por las *majors* y las distribuidoras independientes más grandes. La película se estrena en todo el territorio el mismo día con un gran número de copias.

La elección del modo de distribución depende de la película, y sobre todo del potencial de la productora de dicha película. La función de la distribuidora, como se sabe, es la de vender la película, darla a conocer al público, pero también a los compradores potenciales, que podemos encontrar en los mercados del cine y/o en los festivales. Las limitaciones, ya conocidas, del cine español de postguerra sólo propiciaban un modo de distribución, cercano al primer método de distribución que hemos señalado anteriormente. La presentación a festivales o la iniciativa de buscar mercados exteriores sólo se producirá al final de la década, y con películas muy concretas, como fue el caso de *Locura de amor* (1948), producida por Cifesa.

Eso sí, el día en que se estrenaba una película española, se hacía en las mejores salas de la capital, situadas en la Gran Vía madrileña. Suponía todo un acontecimiento, con desfile de trajes de gala y alfombra roja.

Durante los años cuarenta, a pesar de la censura, las restricciones económicas y el cierre de fronteras, se vivieron unos años de efímera gloria cinematográfica con estrellas de cuño hispánico y con poca competencia extranjera. El inicio de la apertura despertó a un cine que se hacía a sí mismo siguiendo paradigmas de Hollywood.

BIBLIOGRAFÍA

- Augros, J. (1996), *El dinero de Hollywood*, Barcelona, Paidós.
- Bordwell, D. (1997), *El cine clásico de Hollywood*, Barcelona, Paidós.
- Caparrós, J. M. (1983), *El cine español bajo el régimen de Franco (1936-75)*, Barcelona, Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Cuevas, A. (1999), *Economía cinematográfica: La producción y el comercio de las películas*, Madrid, Imaginógrafo.
- Doménec, F. (1976), *Del azul al verde, el cine español durante el franquismo*, Barcelona, Avance.
- Fanes, F. (1982), *Cifesa, la antorcha de los éxitos*, Valencia, Institución Alfonso el Magnánimo.
- García, E. C. (1985), *Historia ilustrada del cine español*, Madrid, Planeta.
- Martínez, A. (1989), *Cine Español 1896-1988*. Madrid, Instituto de la cinematografía y de las artes audiovisuales.
- Méndez-Leite, F. (1965), *Historia del cine español*, Madrid, Rialp.

Películas de productor. Estudio comparativo de dos documentales biográficos contemporáneos

AGUSTÍN RUBIO ALCOVER
Universitat Jaume I de Castellón

311

En la jerga de la industria cinematográfica internacional se alude con la expresión «películas de productor» –que la crítica gacetillera ha acabado por introducir en el habla popular, por lo general en usos peyorativos– a los largometrajes cuyo diseño y ejecución, más que responder a los criterios del director-autor, se adecua a los parámetros del impulsor del proyecto, cabeza de la entidad financiadora o contacto y garante del apoyo del estudio/distribuidora, y controlador del proceso de facturación del film de principio a fin. *Lo que el viento se llevó* (*Gone with the wind*, Victor Fleming, 1939) ha pasado a los anales cinematográficos como el ejemplo paradigmático de este modelo productivo, hasta el punto de constituir un auténtico tópico crítico-historiográfico referirse a los superiores méritos y responsabilidades de David O'Selznick en el resultado, frente al único firmante oficial de la puesta en escena, un artesano que, para más inri, compartió los platós con George Cukor y Sam Wood.

No es el propósito de esta comunicación resucitar la estéril querrela sobre una cuestión que sabemos irresoluble. Queremos aplicar la fórmula invocada en el título del trabajo a un tipo muy específico de producto cuyas características son muy distintas a las que posee en ese sentido estricto. Con este desplazamiento, en parte lúdico, pretendemos en última instancia reflexionar acerca de la oportunidad de la emergencia de un subgénero documental reivindicativo de la figura que nos ocupa. Y es que, aunque las películas de productor no son exclusivas del Hollywood clásico, no es menos cierto que en el imaginario colectivo existe una identificación casi inmediata de las

mismas con el sistema de estudios de la Meca del Cine en la era dorada; de manera que la reconsideración de la etiqueta, tras un largo periodo de descrédito, resulta tremendamente reveladora, en especial cuando se contagia al vocabulario de cinematografías periféricas (como la española) en las cuales los prejuicios han gozado de tanto arraigo y han tenido manifestaciones tan virulentas precisamente en un momento en que la conciencia de la crisis, de la transición y de la trascendencia del proceso en que estamos inmersos es creciente y ubicua.

En efecto, se nos impone con toda evidencia la existencia de una conexión entre las principales mutaciones del sector audiovisual contemporáneo (inflación de los costes de producción; incremento de la competitividad; obsesión por la perfección técnica y la espectacularidad –el efectismo de signo tecnologista que proveen las herramientas digitales–; consagración de la idea del *blockbuster* como única modalidad rentable y aun viable –con las consiguientes defecciones y el surgimiento de ciertas alternativas–; revisión en profundidad de las estrategias de comercialización; surgimiento o modelización de nuevos géneros...) y la revalorización del oficio de quienes tienen por función primordial la puesta en pie de proyectos, la obtención de recursos para su materialización en condiciones idóneas y la supervisión de su ejecución con arreglo a los planes. Así pues, la práctica coincidencia en las carteleras (y en las estanterías de los videoclubs, y en las parrillas televisivas) de *El chico que conquistó Hollywood* (*The Kid Stays in the Picture*, Brett Morgen y Nanette Burstein, 2002) y *El productor* (Fernando Méndez Leite, 2006), que repasan las trayectorias de Robert Evans y Elías Querejeta, respectivamente, nos proporciona la oportunidad de verificar la hipótesis precedente atendiendo a varios aspectos: explorando las trazas y huellas de dicha rehabilitación, que se opera con la vida y la obra de ambos hombres de cine como pretextos o, cuanto menos, como exponentes; analizando la dialéctica «nostalgia *versus* vigencia» –ya que los personajes son emblemáticos del último medio siglo, pero el apogeo de sus carreras tuvo lugar entre la segunda mitad de los años sesenta y los ochenta del pasado siglo XX, por lo que sus prácticas y propuestas, orgánicas a esas décadas, explican su éxito profesional entonces, pero resultan palmariamente insostenibles a día de hoy–; enfocando el dualismo «idealización *versus* crítica» (pues ambos textos pugnan, cada uno a su manera, por evitar la caída en el homenaje y aun la hagiografía a que la premisa común los condenaba casi de antemano), y cotejando sus muy dispares maneras de entender y crear espectáculos cinematográficos –Evans y Querejeta son representativos a la sazón de sendas concepciones antagónicas en muchos puntos, y de dos industrias nacionales en directa y feroz competencia. Dicho de otro modo: ¿por qué no *El magnate* (*The Mogul*)?; ¿por qué no *El futbolista que construyó el cine español*?

En el cumplimiento de esas ambiciones chocamos con las constricciones de espacio y tiempo que conlleva el formato científico de la comunicación, por lo que resultará imposible un análisis fílmico completo y sistemático como sería deseable; por ello

nos conformaremos con abordar las similitudes y los elementos diferenciales más reveladores en los órdenes expresivos, narrativos y discursivos fundamentales, enlazando las condiciones de gestación de ambos productos y sus dimensiones económicas y tecnológicas con las soluciones adoptadas para convertir las vidas de Evans y de Querejeta en sendos relatos imbricados en el devenir colectivo (cinematográfico, social, cultural, político...). Una última advertencia: no deseamos incurrir en planteamientos dicotómicos simplistas, e invitamos al lector a hacer lo propio. Independientemente de cuáles sean las conclusiones a que lleguemos, no serán extrapolables a los sistemas globales de referencia sino como piezas individuales: *El chico que conquistó Hollywood* y *El productor* no son ni más ni menos que dos retratos o semblanzas determinadas –esto es, con selecciones de los acontecimientos, versiones y enfoques específicos, en sintonía con ciertas concepciones del sector y del hecho cinematográfico– de persona[je]s concretos (y el señalamiento como modelos ya implica preferencia), en las que los interesados ostentan distintos grados de intervención y de manera acorde con sus estrategias, ideologías e imágenes públicas, se (auto)señalan como supremos hacedores de las piezas que componen sus filmografías. En primer lugar, conviene referirse a las muy distintas circunstancias en que se alumbraron los textos que nos ocupan y a la disposición, por entero divergente, de los interesados a implicarse en los proyectos: *El chico que conquistó Hollywood* constituye una adaptación bastante fiel de un *best seller*, las memorias homónimas de Evans (1994). Es éste un parámetro digno de consideración, puesto que la película aparece como un eslabón decisivo en una estrategia de explotación multimedia característica de los tiempos que corren¹.

Con todo lo anterior, el propio Evans se nos aparece de manera inequívoca como el promotor de la operación, en todos los sentidos –algo que refrenda la escrupulosa obediencia de la puesta en escena, el montaje, etc., a la cadencia de su omnipresente voz *over* como guía. Asimismo cabe anotar que la originalidad del documental consiste en su evidente esfuerzo por forjar un correlato audiovisual de la versión escrita, cuyo sentencioso (y celebrado) encabezamiento da paso a un film que enarbola la bandera de la parcialidad como advertencia y como muestra de honestidad: el rótulo² es toda una declaración de intenciones acerca de la jugosa y desprejuiciada contundencia de la visión de Hollywood y sus contemporáneos a que el espectador se

¹ De hecho, el moderado éxito que cosechó el producto, y en particular la simpatía que despertó su imaginativo montaje, pródigo en soluciones apoyadas en técnicas de animación tridimensional de fotografías fijas, máscaras..., coherente con un atractivo cartel (y presente en los menús de las copias domésticas comercializadas en DVD), llevó incluso a que se produjera una efímera serie de animación infográfica, *Kid Notorious* (2003), emitida en los Estados Unidos en el canal Comedy Central.

² El cartel, en letras blancas sobre el riguroso negro homogéneo característico, reza: «There are three sides to every story: your side, my side, and the truth. And no one is lying. Memories shared serve each other differently.»

dispone a asistir, al tiempo que funciona como una llamada a relativizar la autenticidad de lo que sigue como un resumen de sucesos que son parte de un proceso histórico complejo, desde un solo punto de vista y apoyado casi exclusivamente en el recuerdo y la documentación privada. De modo que el público puede estar seguro de una cosa: en adelante, al menos y con toda legitimidad, esa perspectiva será, en su modestia, expuesta sin secretismos ni hipocresías ni medias tintas.

Nada que ver con *El productor*, que procede de un encargo de Domingo Corral, director del canal TCM (la franquicia nacional de Turner Classic Movies) de Digital +, a Fernando Méndez-Leite. Se trata, no en vano, de la pieza inaugural, meditadamente escogida y pergeñada, dentro de una política inédita por parte de la citada cadena privada, previamente ensayada por la hermana mayor de la plataforma del Grupo Sogecable, Canal +, consistente en acometer la producción propia de largometrajes con un perfil bien delimitado, a saber, documentales de temática cinematográfica y relacionados con personajes emblemáticos de la historia de la industria audiovisual nacional³. En comparación con el atractivo sensacionalismo de *El chico que conquistó Hollywood*, saltan a la vista las inferiores pretensiones comerciales del producto, conformes con su austeridad formal: el documental de Evans cumplió sobradamente con unas expectativas elevadas —se distribuyó a todo el mundo por los circuitos especializados de películas de no ficción y en versión original; se mantuvo en cartel gracias al apoyo de crítica y público, y, como consecuencia al eco generado, su carrera se consolidó gracias al consumo doméstico—; mientras que el de Querejeta arrojó resultados satisfactorios a su mucho más discreta (y menos planificada) manera —se proyectó en la LIV edición del Festival Internacional de San Sebastián, se emitió en TCM y, varios meses después, tuvo un lanzamiento en pantalla grande limitado a dos únicas copias, en Madrid y Barcelona. Póngase ello en línea con la actitud adoptada por el productor vasco con respecto al proyecto que le atañe: de acuerdo con las declaraciones del director del film a lo largo de toda la campaña de promoción recogidas en prensa y televisión, no era el documental su primera tentativa de aproximarse a la figura de Querejeta, pues, en 1977, Manolo Matji y él mismo habían querido dedicarle un estudio que se frustró precisamente cuando declinó cooperar. En esta segunda ocasión era mérito del antecitado Corral, por su insistencia, que el cineasta se retractara de su renovada negativa a colaborar y se aviniera al menos a prestar testimonio ante las cámaras y ceder materiales, sin llegar a implicarse en la producción en aspecto alguno (la financiación, por supuesto, pero también el proceso de escritura del guión, el contacto con los entrevistados...) para no interferir en el desarrollo de una investigación rigurosa, no hagiográ-

³ El siguiente fruto de este nuevo régimen fue *La silla de Fernando* (Luis Alegre y David Trueba, 2006), un homenaje a Fernando Fernán-Gómez, si bien en este caso actuó como empresa promotora principal Buena Vista Producciones.

fica, ni coartar la libertad de sus verdaderos artífices. Interrogado por su reticencia, de entonces y de ahora, Querejeta se repliega en su proverbial mutismo y se muestra evasivo: desmiente que responda a un prurito de pudor y transmite la idea de que el formato no se compadece con su natural, lacónico y poco dado a sentimentalismos.

Pese a que ambos textos trazan un perfil más profesional que vital, conceptual y procedimentalmente se sitúan en las antípodas: a la facundia de un Evans casi bipolar se oponen la austeridad y la flema de Querejeta; mientras que el uno se basta y se sobra para explicarse, el otro obliga a que su documental se componga de un tejido más complejo y convencional: de *El productor* se colige un retrato fragmentario y poliédrico, un *work in progress*, a través de las aportaciones que realizan conocedores directos del personaje —fundamentalmente, cineastas que han trabajado para/con él. Lo cual no viene a ser sino otra fórmula para conferir una dosis de respetabilidad a un proyecto necesitado de ella, puesto que se sabe y se percibe como intrínsecamente problemático, consustancial e inevitablemente amenazado de connivencia: y es que aquí no sólo están en juego los tradicionales recelos contra la industria cinematográfica y sus agentes bajo cualquier forma o condición, sino también un entendimiento menos halagüeño y concesivo del espectáculo cinematográfico —deudor o convergente con el canon que el empresario instauró en España y consiguió que se identificara con su sello—, y sobre todo la fama de persona difícil que lo precede. En suma, interesa más resaltar la magnitud y trascendencia de su obra que el factor humano (que queda invisibilizado por el propio productor, revestido de un aura de impenetrabilidad muy rentable para sus fines).

¿Cómo interpretar, en este sentido, el *biopic* de Evans? Se nos antoja que la clave más rentable consiste en que en él, al menos en la medida donde el film permite asomarse a su personalidad (o a la imagen que aspira a difundir de sí mismo un individuo cuyos hechos, de los que la redacción de sus memorias y el propio documental constituyen las acciones públicas más recientes perfectamente coherentes, atestiguan una obsesión por los focos totalizadora), ambas dimensiones están superpuestas, fagocitado el ser por su apariencia. Segunda y hasta la fecha última realización de la pareja de documentalistas compuesta por Morgen y Burstein (multipremiados por su *opera prima*, *On the Ropes* [1999]), secundados aquí por un equipo de profesionales de primer nivel (fotografía del veterano John Bailey, música de Jeff Danna...), *El chico que conquistó Hollywood* somete al espectador a un frenético ritmo de montaje (cortesía de Jun Diaz) y acumula recursos visuales a cual más llamativo; no es extraño que haya creado escuela, y que incluso quepa achacarle buena parte de la responsabilidad en el surgimiento de la corriente biocinematográfica que se está experimentando a uno y otro lados del Atlántico⁴.

⁴ A título ilustrativo y sin afán ninguno de exhaustividad, ateniéndonos de manera estricta a las fronteras nacionales, se encuadrarían en esta tendencia films como *Pablo G. del Amo, un montador de ilusiones* (Diego Galán, 2005), *3055 Jean Leon* (Agustí Vila, 2006) y la propia *El productor*.

Por lo que respecta a las imágenes originales de *El chico que conquistó Hollywood*, hay que anotar que están rodadas en soporte cinematográfico: significativamente, dicho material consiste en su práctica totalidad en planos de Woodland, la residencia hollywoodiense de Robert Evans, situada a diez minutos de Beverly Hills y que, hasta que la adquirió (según la cifra expresa aportada por el orgulloso propietario, a cambio de unos 300.000 dólares de la época), había sido un fastuoso hotel que servía de refugio exclusivo (¡prohibitivo!) para estrellas de paso por la meca del cine, como la Garbo.

Por ocioso que lo anterior pueda aparentar a simple vista, en su escasez y unidad (espacio-temporal, temática, estética...), los planos en cuestión revelan el calculadísimo manejo del simbolismo que caracteriza una puesta en escena al servicio de los propósitos globales del film. A través de una labor esmeradísima y muy sutil, el cromatismo dominante y la iluminación; los movimientos de cámara; los espacios y objetos de Woodland («el último bastión de mi dignidad», como llegará a calificarla Evans en el instante en que cuenta cómo llegó a deshacerse de ella, en una época de profunda depresión y en un arrebato autodestructivo)... acompañados por la música, transmiten nostalgia, ensoñación, pasión, euforia, frenesí, misterio, peligro, turbulencia, decadencia... de conformidad con el tono o la dominante genérica de la anécdota que Evans narra, del periodo vital que describe o de la época de la historia del Hollywood postclásico que esboza. Pero hay más, porque la visión constante de Woodland en lugar de su dueño se carga de resonancias (metonímicas) y de connotaciones, hasta entroncar con la estructura épica clásica a que el documental se pliega (el esquema ascenso-caída-redención)⁵ y con la idea axial, una metáfora por entero ambigua, que convierte *El chico que conquistó Hollywood* en una alegoría acerca de la condición humana y el deletéreo poder de la ambición.

Así, en la presentación, una música de cuento de hadas acompaña la apertura de un telón rojo que da paso a la típica gran mansión californiana: susurros e interferencias de viejas grabaciones (retransmisiones y declaraciones públicas de los días de gloria) suenan mientras una *steadycam* recorre, vaporosamente, las vacías estancias de la casa,

⁵ La película concluye con una nota de optimismo, a través de dos rótulos, que apuntan en dos direcciones: esgrimir el éxito en taquilla de sus últimas producciones (en concreto, de dos de ellas) como la prueba de que conserva intacto su toque para los negocios, y *vender* la permanencia de Evans en el *show business*, a pesar de su discreta posición actual, como un triunfo. Rezan, respectivamente:

«In 1991, Robert Evans signed a multi-year deal to produce films exclusively for Paramount Pictures. Since returning, he has produced five films: *Sliver* (1993), *Jade* (1995), *The Phantom* (1996), *The Saint* (1997), *The Out-of-Towners* (1999), *Sliver* & *The Saint* each grossed over \$100 million at the box office.»

«In 1998, Robert Evans suffered a severe stroke while pitching a project to Wes Craven in his screening room. Upon collapsing to the floor, Evans looked up and said, "I told you Wes, there's never a dull moment around here".»

«He has since recovered and continues to produce films for Paramount Pictures. He has been at the studio for over 35 years, more than any other producer on the lot.»

hasta enfocar fotografías personales del protagonista. Lo más destacable, ya de entrada, está en la radical confusión de lo público y lo privado que la disposición de las instantáneas revela: su vida profesional y sentimental (sonrisas con Jack Nicholson y Roman Polanski; un abrazo irónicamente paternal a Dustin Hoffman; un retazo de felicidad familiar junto a su esposa, la otrora estelar Ali McGraw, y su hijo...) son una misma cosa. La máscara, o la caricatura, se ha adueñado del narcisista y fetichista Evans. Por ello resulta muy significativa la imagen de *El hombre de las mil caras*, montada en un portarretratos como el resto de fotografías personales, en el que estrecha la mano de James Cagney: literalmente, la interpretación *lo es todo*⁶.

Pero debemos escarbar aún más en la siniestra sensación que desprende la contemplación de las fotografías en la pulcra mansión: a poco que nos fijemos, advertiremos que las habitaciones están, con la única salvedad de esos momentos congelados de los mitos, desoladas. En efecto, sólo aparecen, aparte de Evans⁷, dos figurantes a lo largo de todo el metraje, y lo hacen fugazmente: el mayordomo que precede a la cámara en su trayecto hacia el interior de la casa, en el episodio de la detención por tráfico de drogas, y el chófer de una limusina, apenas una sombra por encima de cuyo hombro penetramos en Woodland mientras Evans narra su regreso, como inquilino, a su amado hogar.

Los restantes planos originales de la película apuntalan esa matriz de la configuración textual del film: el entrecruzamiento de las dialécticas del individuo y la colectividad (la institución, la sociedad, la Historia); la soledad y la fama; la realidad y la apariencia: los también fantasmales estudios de la Paramount, con la imagen repetida del número 117 con el letrero «Robert Evans» como identificativo del bungalow del productor a la puerta. Sólo en una ocasión pasa ante la cámara una mujer no identificada, y es al fondo de un *alley*: sin duda que estos espacios vacíos nos están hablando, además, del final de algo, de una entidad que trasciende a la figura de Evans, pero con respecto a la cual se establece un fuerte nexo simbólico que hace de aquél una suerte de epítome, y de su *life and facts*, el canto de cisne de una era: es Hollywood, un universo que nada más que existe ya como recuerdo o abstracción, que nadie habita, que fue real –como lo demuestran las fotografías de sus iconos– pero quedó irremediabilmente atrás. En la época de decadencia, los jardines y la piscina aparecen cubiertos por un tupido manto de hojas otoñales; el interior, vacío de muebles y sucio, con

⁶ De ahí que recalque que su descubrimiento como actor (el pistoletazo de salida a la sazón para su carrera cinematográfica), de la mano de Norma Shearer, fuera para interpretar a Irving Thalberg, productor mítico y difunto marido de aquélla.

⁷ Y aun él comparece solamente en dos instantes: tras las ventanas, enjaulado, hablando por teléfono, mirando con rostro serio hacia el exterior y caminando arriba y abajo, mientras cuenta el momento en que su abogado, Shapiro, le informa de la muerte de Roy Radin y de que la policía desea hablar con él, y en el desenlace, al que nos referiremos más adelante.

los marcos de las fotografías esparcidas por el suelo, responde a todos los estereotipos dramáticos, al tiempo que indica el carácter íntimo, autoral, de la película: la morada real y actual del protagonista, patas arriba para que la escenografía de la localización esté conforme con lo que sucedió y la trama impone; la reconstrucción de tan infausto pretérito, paradójica e irónicamente, fuerza a fingir la destrucción de la casa. En el desenlace, la cámara, montada en una grúa, se cierne sobre el edificio principal de la mansión; se distingue una chimenea, dentro, en el centro del encuadre. Penetra en la casa y se desplaza por un pasillo, enmarcando provisionalmente la chimenea hasta enfocar a Evans en su sofá, trabajando; por último, un primer plano de perfil, recortado contra una zona en rigurosa penumbra. ¿Una referencia al *Rosebud* de *Ciudadano Kane* (*Citizen Kane*, Orson Welles, 1941)? No parece descabellado, toda vez que el carácter acumulativo de nuestro hombre implica un punto de semejanza entre ambos personajes que a buen seguro sería de su agrado: al fin y al cabo, *El chico que conquistó Hollywood* es un *Ubi Sunt?* en versión ególatra: elegía o largo epitafio de Evans a sí mismo con que pretende consagrar su pasada magnificencia, amoldar a su óptica y ver proyectada en vida la escritura de una leyenda que es la tragedia estadounidense por excelencia: las insaciables ansias de gloria del *self-made man* y el engaño del *American way of life*.

Por lo que respecta a otras modalidades de fuentes documentales, el film se apoya en un apabullante despliegue de materiales procedentes de archivos de muy distintos tipos, para cuya localización y obtención de derechos hubieron de concentrarse los principales esfuerzos productivos (y presupuestarios): obviamente, se incluyen numerosísimos fragmentos, de longitud variable, de las películas producidas por el propio Evans; pero también de los títulos en que intervino como actor en sus inicios –*The Man with a Thousand Faces*, Joseph Pevney, 1957), *Fiesta* (*The Sun Also Rises*, Henry King, 1957) y *The Fiend Who Walked the West* (Gordon Douglas, 1958)–; de otras producciones (films de la Paramount antes de su desembarco en la *major*, las primeras obras de los cineastas con quienes colaboraría con posterioridad, como Francis Ford Coppola...); de ruedas de prensa; retransmisiones de galas de estreno y ceremonias de entregas de premios; de noticieros televisivos y espacios de entrevistas; de *home movies*, y, en fin, de innumerables imágenes de recurso. Son dignas de ser destacadas la presentación de la producción de Paramount de 1971 para la junta de Gulf+Western, en la que Evans salvó la cabeza gracias a una película promocional dirigida por Mike Nichols, así como la entrevista promocional y el *videoclip* de la campaña antidroga «Get High on Yourself», a raíz de su condena por posesión de drogas, en mayo de 1980: la relevancia dramática que ostentan uno y otro episodios se corresponde con la concesión a ambos de un minutaje considerable, que se traduce en la inclusión sin interrupciones de los materiales aludidos.

Las fotos de época –utilizadas bien para identificar a personajes a quienes la voz *over* menciona sincrónicamente, bien para reflejar los avatares y los cambios de imagen de

Evans con el paso de los años— y los otros materiales gráficos (recortes de periódicos y revistas, titulares, listas de ventas, portadas de libros, telegramas...), son sometidas a manipulaciones de muy diverso tipo: tintado o coloreado de las imágenes en blanco y negro; simulación de la tridimensionalidad que permite la variación del punto de vista de la cámara con respecto al sujeto o al entorno; efectos visuales con un simbolismo, muy elemental pero eficaz, humorístico y a menudo cinéfilo (un nimbo en torno a la cabeza del protagonista para representar su fortuna, el lánguido ascenso de las volutas de humo de los cigarrillos); animación de textos que atraviesan la pantalla; *flashes*, parpadeos y otros efectos de iluminación sobre las imágenes estáticas..., en un esfuerzo por dinamizar la realización que extrema la tendencia en la que se sitúan ciertos movimientos de cámara (*zooms* adelante y atrás, *travellings* sobrerrecorriendo la superficie de las instantáneas en todas direcciones...) ya convencionalizados en el género documental, y que aquí están generados en postproducción.

La película procede a una recodificación de recursos de edición en la que priman la inteligibilidad de la estructuración por bloques del relato (fundidos encadenados entre fotografías, fundidos a negro entre los principales capítulos...; deudores, en fin, de la técnica del montaje narrativo-ficcional cinematográfico más clásico), la variación imaginativa de estética *retropop* (cortinillas, encadenados simulando *jump cuts*) y, sobre todo, la búsqueda de la expresividad a todo trance (el empequeñecimiento de Evans y el agigantamiento de Marty Davis, mano derecha del presidente de G+W, Charles Bludhorn, cuando espetó al protagonista que «más valía que fuera más duro de lo que parecía»; la foto del segundo mirando a cámara tras su mesa de despacho, con *zoom* atrás hasta mostrar en primer término —insertado digitalmente— a un Evans pensativo, como si *tomara nota* de las expectativas de su nuevo jefe en relación a la producción de Paramount, que le está dictando: «... nada de pijadas intelectuales [...] risas, lágrimas, chicas guapas»; el desvanecimiento de Bludhorn, mediante un fundido de salida de una foto fija, cuando le dio la espalda tras su detención —acompañando a la dramática sentencia de Evans, *over*: «El abrazo sagrado, perdido para siempre»—; el blanco quemado y el virado a azul, acompañados de un *flash*, para el instante en que se rememora el descubrimiento de las drogas, seguidos por luces deslumbrantes, invasión de formas cuasiabstractas, fragmentaciones de la imagen, espirales...).

La combinatoria promiscua de todas las fórmulas anteriores destila modernidad en un sentido *naïf* orientado a inducir la misma nostalgia, un punto patética, que comparan el autoinvestido rey destronado del nuevo Hollywood y un amplio sector de la población estadounidense (y occidental) por ese pasado reciente mitificado: las décadas de los cincuenta a los setenta. Entre las bandas de imagen y de sonido puede detectarse una clara voluntad de huir de fáciles transparencias para establecer, en cambio, una relación dialéctica (subrayado, anticipación, contradicción...) muy consistente en el fondo, por encima de las variaciones: siempre queda en primer plano el forzamiento por el cual el elemento icónico ilustra el discurso hablado, merced al

montaje (véanse al respecto, por poner sólo algunos ejemplos, el fragmento en que el jovencísimo Thalberg, que a los veintinueve años aún no podía firmar cheques pero ya dirigía el estudio, es recibido calurosamente por los capitostes en *The Man with a Thousand Faces*, escogido para representar su entrada por la puerta grande en el sistema de estudios, como actor; la cita de Darryl F. Zanuck de la que el film toma su título original, por medio de un montaje alternado entre planos de su faena y salida a hombros en *Fiesta* y una sucesión de fotografías del magnate, sentado y –por fundido encadenado rápido, desde el mismo tiro de cámara– hablando hacia el fuera de campo, cuando pronuncia el «The kid stays in the picture», dictamen clave para que Evans siguiera en la industria y descubriera su vocación); el baile y la firma de autógrafos de Mia Farrow mientras cuenta su conversión en estrella, que se tomó como una fría venganza contra su ex marido, Frank Sinatra, con la nana de Krzystztof Komeda para *La semilla del diablo* (*Rosemary's Baby*, Roman Polanski, 1968) como ingenuo fondo...⁸.

La tendenciosidad del relato que se construye, en fin, salta a la vista, porque el positivo dista de invisibilizarse y abraza la opción del sarcasmo *self-deprecating*: los desplantes al toro en *Fiesta*, montados por corte directo uno detrás de otro hasta cuatro; el trailer de *The Fiend Who Walked the West*, en el que aparece ridículamente sobreactuado; la altisonante sentencia («Eso es exactamente lo que quiero que vea el público, señor Chaney: el alma de un hombre a quien Dios hizo distinto») que, en el papel de Thalberg, espeta a Lon Chaney (James Cagney) en *The Man with a Thousand Faces*, enfáticamente interpretada por Evans, como un visionario, y montada después del recuerdo de cómo Peter Bart le dijo lo que quería oír; el cúmulo de fotografías que contradicen las contestaciones de Evans en sucesivas entrevistas televisivas en las que se le inquiera por su grado de obsesión por las mujeres bellas, intenta rebajar su imagen frívola, y declara que «ojalá fuera más obsesivo» en respuesta a la sugerencia del entrevistador de que, como señalan los rumores, archiva toda la documentación en torno a su persona en álbumes...

Lo anterior conduce a una última vía de reflexión, a propósito del montaje alucinógeno del pesadillesco clímax: las imágenes de la intoxicación forzosa por parte de Laurence Olivier y la carrera de Dustin Hoffman a la desesperada en *Marathon Man* (John

⁸ Mención aparte merece la selección de canciones emblemáticas de la época (el estreno de *El Padrino* en Nueva York a los acordes del *Crocodile Rock* de Elton John; la serie de fotografías que retratan la época dorada de Evans, en compañía de mujeres despampanantes, recibiendo a amigos famosos, como Henry Kissinger o Kirk Douglas, en su hogar soñado de Woodland, hablando por teléfono y trabajando con guiones en la cama, practicando deportes y conduciendo coches, al ritmo del *Sunday Sun* de Neil Diamond; el montaje de la selección de los títulos legendarios producidos por el protagonista y los titulares de *Variety*, con el *Wild World* de Cat Stevens como hilo conductor, para resumir el esplendor del Nuevo Hollywood), que ejerce un destacado papel evocador y euforizante, con arreglo en este caso a prácticas bastante más convencionales, tanto en el discurso del documental como también, últimamente, en los largometrajes de reconstrucción.

Schlesinger, 1976), de una incursión nocturna a bordo de un coche en *El Padrino* (*The Godfather*, Francis Ford Coppola, 1972), de la carrera de Warren Beatty hacia la luz, tras la puerta, en *El último testigo* (*The Parallax View*, Alan J. Pakula, 1974) y del instante en que un malherido Al Pacino es trasladado a un hospital en *Serpico* (Sydney Lumet, 1973), se confunden con *flashes* e insertos breves, apenas reconocibles, de fotografías e instantes de la vida y las películas protagonizadas por Evans, para ilustrar el relato de su huida del hospital psiquiátrico en que se había recluso, gracias a la ayuda del chófer de su limusina, Jean-Pierre: más allá de la brillantez de la amalgama, y también de las discusiones que pudiera suscitar la legitimidad del reciclaje de filmaciones de terceros para fines tan irreductiblemente personales como narrar en imágenes la propia existencia –asentada en la capacidad material del productor para reutilizarlas a su antojo–, el fragmento se presta a una lectura más sutil: y es que en este establecimiento de paralelismos directos, nítidos, entre escenas emblemáticas de esas películas (en todos los casos, la apoteosis del trayecto dramático de los héroes) y la anécdota de Evans hay tanto una estrategia subrepticia de reafirmación de su autoridad sobre los films (su implicación emocional, por la identidad de las experiencias) como la muestra definitiva de su megalomanía (el neurótico encaje de todas las piezas). El juego especular entre realidad y representación alcanza aquí el culmen del delirio: ya no sólo se mezclan persona y personaje, sino que ambas entidades equivalen a los otros.

Sólo apurando las consecuencias de este enunciado, tan aparentemente trivial (y quizás inasumible para el lector sino como una *boutade* analítica o un caso de sobreinterpretación), puede entenderse en toda su dimensión la operación de sentido de *El chico que conquistó Hollywood*, en verdad genial. Recordémoslo: nadie más que Evans permanece, y aun su contemplación se nos escamotea; él mismo se da la réplica, remedando las voces de sus interlocutores y repitiendo de memoria líneas de diálogo. De ahí también que la larga imitación de Dustin Hoffman que acompaña los créditos finales trascienda la condición de apéndice chistoso, más o menos divertido pero prescindible, con que en principio se la acoge, para transformarse en una auténtica carga de profundidad en la que se resume una obra esencialmente poética sobre un hombre y su universo, rehenes ambos de sus representaciones⁹.

«¿Quién es el autor de una película?»: tal es la capciosa pregunta que, a modo de frase comercial, se plantea *El productor*, y que nosotros queremos reorientar, no tanto para

⁹ Se trata de una película casera de un rollo, fechada en 1996 por una claqueta improvisada, en la que Dustin Hoffman parodia a un Robert Evans que, dentro de veinte años, tras el fracaso de su primera película independiente, *Marathon Drag*, y todavía convaleciente en la maternidad por haber dado a luz a una criatura que ha tenido de su mujer, que de agente pasó a ser crupier en Las Vegas y ahora trabaja interpretando a una duna (!), se plantea el suicidio y pide al pueblo americano que le envíe guiones con «historias de amor» para que él se las produzca, para finalmente solicitar el voto para «el presidente Warren Beatty», porque podría contar un vergonzoso secreto suyo que no quiere que salga a la luz.

compulsar el, con perdón, perogrullesco discurso de la película –según la cual el ejemplo del cineasta aporta argumentos suficientemente elocuentes como para cuestionar la noción de la autoría cinematográfica y la atribución de esa categoría al director– como para apuntar e iluminar los condicionamientos subyacentes a esta producción en concreto¹⁰.

Desde el envoltorio –y empleamos tan incorrecto término deliberadamente, para referirnos a la forma en su sentido más amplio: véase el cartel promocional, en el que el título está compuesto por un *collage* de fotogramas representativos de películas de Querejeta, en lo que supone todo un avance de una de las líneas maestras que vertebra el documental, esto es, la condición de factótum del productor, representado por su filmografía (ausente, por tanto, pero identificable y reconstituible por inducción/adición: de nuevo, la metonimia)– hasta el contenido, el film se presenta considerablemente más severo y didáctico. No debe perderse de vista en este sentido que cuenta con un antecedente abortado, escrito, lo que explica las múltiples coincidencias argumentativas y metodológicas que existen entre *El productor* y el trabajo (Angulo, Heredero y Rebordinos, 1996) cuyas intenciones, naturaleza y conclusiones parecen corresponderse de manera bastante aproximada con el proyecto de Méndez Leite y Matji.

La opción es nítida, como muestran a las claras la estructura y el montaje: se otorga un peso equitativo en cuanto a la duración (alrededor de los treinta minutos) a la presentación –con el encuadramiento básico de la figura– y colaboración con Carlos Saura; el tándem con Víctor Erice –aprovechado para adentrarse en el lado más sombrío del personaje–, y la prolongación hasta la actualidad –el más disperso o heterogéneo, con Montxo Armendáriz, Fernando León y su hija Gracia. La presencia de esta última permite que el tramo final adquiera un tono más sentimental e íntimo, contradictoriamente distante o contenido, en una auténtica concesión al talante y al estereotipo cinematográfico querejetesco, seguramente para inducir al espectador a una respuesta benigna al enigma del anticlímax de la carrera del productor en estos últimos años. Asimismo la incursión en el género documental redondea la operación de prestigio de Querejeta como un hombre de cine total, comprometido y «con olfato»: atento a los aires de cada época e inequívocamente posicionado en los bandos del antibelicismo y el antiterrorismo. Jalona el producto un *collage* infográfico de imágenes

¹⁰ *El chico que conquistó Hollywood* evita hacer una incursión en profundidad en tan espinosos vericuetos, y lo hace en una línea muy coherente con la general: se limita a incluir una entrevista para *Signature* (1981) en la que Evans califica de «injusto» que se hable de «*Chinatown*, de Roman Polanski», y afirma que es «sobre todo, *Chinatown*, de Robert Evans», porque «yo trabajé en ella cuatro o cinco años y Roman nueve meses», justo a continuación del reconocimiento de que Charlie Bludhorn contraatacó inteligentemente cuando le pidió un aumento de sueldo, ofreciéndole producir personalmente una película al año además de dirigir el estudio, porque el jefe de G+W sabía que, si tenía un punto flaco, éste consistía más en el ego que en la codicia.

fijas, que sirve de pórtico; una sucesión de carteles de las películas que componen el ciclo Querejeta-Saura; una tanda de fotografías de cineastas con quienes mantuvo conflictos (y los títulos que les produjo), y, por último, un *montage* del desenlace, compuesto fundamentalmente por primeros planos de las cumbres dramáticas de las películas del productor. Los convencionalismos de edición (fundidos a negro entre las unidades fundamentales de que consta el relato) dotan al conjunto de una eficacia más que asequible, ineludible para el público: siguiendo el orden cronológico de manera no estricta, se repasa la carrera de Querejeta deteniéndose en una serie de largometrajes que, por una razón u otra, constituyen hitos, unificando su colaboración con algunos de los grandes maestros del cine español de ayer y de hoy e imbricando lo anterior en lo que se quiere una semblanza adulta, que no elude las aristas del personaje (como el ejercicio por su parte de un autoritarismo fulminante) mas activando los resortes emocionales del público cuando es pertinente. Este tratamiento cerebral y menos exuberante resulta indudablemente más acorde con la reserva, e incluso la complacencia en su imagen pública de individuo taimado, que Querejeta gusta de cultivar, en la que ha cimentado gran parte de su leyenda y de la que se ha valido a su favor; pero no está exenta de otras limitaciones y servidumbres, que constituyen la materia sobre la que deseamos reflexionar.

En primer lugar, hemos de referirnos a una selección de imágenes de archivo, perdónese el juego de palabras, archiconocidas: desde el franquismo (inauguración de un pantano por el Generalísimo, un seiscientos, la visita del presidente estadounidense Dwight Eisenhower, el inevitable baño de Fraga en Palomares...) hasta los albores de la democracia (el féretro expuesto de Franco; la proclamación de Juan Carlos; la motocicleta rodeada de octavillas y banderas; Suárez, González y Fraga votando...), la topicidad ahorra costes de producción; pero, además, el procedimiento por el que se ubica al espectador en el franquismo evita entrar en honduras y permite fijar un pacto difícilmente rechazable: asentimiento ante una condena apriorística y ritual del Régimen, contra el cual toda estrategia empleada por Querejeta, aun las prácticas fraudulentas, deviene justificable¹¹. Por el mismo cauce discurre la voz *over* de un narrador omnisciente, delegado a cargo de la enunciación, que de manera constante imbrica la vida y la obra de Querejeta en la evolución sociopolítica de España: masculina, con entonación pausada y profesional, fría y convencional, la tercera persona que emplea apela a la neutralidad, la fiabilidad y la respetabilidad para el relato y el punto de vista

¹¹ Igualmente las imágenes que ilustran la situación de la industria española a que se incorpora el protagonista hacen gala de un notable sentido de la síntesis (trabajadores visionando película sobre celuloide, moviola y montador, un operador con una cámara montada en un trípode, sobre una plataforma, una proyección en sala...), admirable si no fuera por la ratificación de un juicio de valor añejo, bastante grosero y acientífico en torno a la calidad del cine español («folclórico, propagandístico y de escaso valor», excepción hecha de «tan sólo cineastas de la talla de Berlanga o Bardem»).

ganadas desde la autoridad del saber académico y, sobre todo, la atalaya del tiempo. Estrategia de ocultamiento y verosimilización que participa de la consigna del consenso oficializado y del tono tibio y contemporizador típicamente *transicional*, y converge con el carácter pactista/posibilista/ventajista (táchese la opción que se prefiera) del homenajeado, maestro (forzado) del circunloquio y el malabarismo en el periodo en cuestión.

324

Aparte de las grabaciones de los testimonios¹², también escasean en *El productor* las imágenes tomadas *ex profeso*. Las declaraciones están registradas en un plató iluminado con una dominante anaranjada y habitado por esculturas de formas esenciales –de inspiración netamente chillidesca, en una alusión vasquista. Discretos movimientos de reencuadre de la cámara, montada sobre una *dolly*, puntúan y animan una puesta en escena que se sabe peligrosamente estática, sumada a un ritmo más bien lánguido en el marco de un producto en el que predominan la oralidad, el sincronismo y la denotación. Pero, sobre todo, son significativas las ausencias –no sólo la más clamorosa, la de Erice; también la de Montxo Armendáriz, pese a la importancia que se le concede en el tercer tercio–, y el predominio de los directores sobre cualquier otra profesión o especialidad cinematográfica –con apenas dos productores de relieve, uno de ellos muy vinculado al grupo que promueve la cinta– y un investigador –norteamericano, por más señas, de la mano de quien se construye la idea de la (co)autoría querejetesca con las películas como argumento: la alusión de Hopewell a la niñez, con imágenes de *Tasio* (Montxo Armendáriz, 1984), para representar la difícil experiencia infantil en la escuela, fuera del ámbito familiar estricto.

En los restantes planos originales prima la funcionalidad (como en el plano de la máquina de escribir antigua, con un filtro para envejecer la imagen y la pluma que rodea y tacha «del conejo» para visualizar la censura del título original del guión de *La caza* [Carlos Saura, 1965]), si bien es justo reconocer la mayor enjundia, por ejemplo, del arranque, unas fotografías de Querejeta dispuestas sobre un panel luminoso, con una lupa, en lo que supone una alegoría abismática/metadiscursiva que informa acerca de la aspiración última de la película, a saber, ampliar la figura de Querejeta –escrutando en lo visible (sus gestos, sus palabras, sus películas) para atrapar una per-

¹² Actúan como declarantes el propio Elías Querejeta (en el plató y en su despacho), Carlos Saura, Manuel Gutiérrez Aragón, Jaime Chávarri, Javier Aguirresarobe, José Luis Borau, José Sámano, Emilio Martínez Lázaro, John Hopewell, Ana Torrent, Icíar Bollain, Gracia Querejeta, Fernando León de Aranoa, Fernando Bovaira, José Luis Gómez, Agustín Almodóvar, Mercedes Sampietro, Víctor Erice y Ángel Fernández-Santos. Las imágenes de estos dos últimos son de inferior calidad (o de textura más basta) y están tomadas de grabaciones precedentes, en un caso (el de Erice) porque declinó la invitación y en el otro (el de Fernández-Santos) por haber fallecido. Ambos aparecen recortados sobre el fondo de la mítica cristalera en forma de panel de *El espíritu...* a sus espaldas; Erice presta un segundo testimonio, a propósito del conflicto de *El sur* (1983), en lo que tiene todas las trazas de ser un bar popular.

sonalidad enigmática, de abundante pero plana iconografía, y redimensionarlo, restituyéndolo a su (gran) *talla* artística y humana por la crucialidad de su trayectoria para la patria.

Por lo demás, los materiales empleados son principalmente fragmentos de las producciones de la factoría Querejeta; más fotografías del propio protagonista y sus colaboradores (directores y técnicos); instantáneas de cines de estreno, con las marquesinas ocupadas por sus títulos; algún fotograma emblemático –*¡Bienvenido, Mister Marshall!* (Luis García Berlanga, 1953), *Muerte de un ciclista* (Juan Antonio Bardem, 1955)–; portadas y recortes de revistas y periódicos de la época; la portada de la edición original de *El sur y Bene*, de Adelaida García Morales; hojas de censura; la documentación de producción y el *storyboard* de *El espíritu de la colmena* (Víctor Erice, 1973); el guión original de *Barrio* (Fernando León, 1998), con dibujos autógrafos de Fernando León... Todo ello se presenta bajo un estilo gráfico unificado, sobre un fondo gris que simula la forma del papel arrugado, y en relación al que objetos y fotos se destacan mediante *zooms*. Apenas hay otros aderezos, a excepción del efecto de iluminación selectiva de una porción de la imagen (para resaltar o identificar a alguien, como Querejeta en su etapa de futbolista), algunas simulaciones tridimensionales, el congelado con fundido a apariencia abocetada de Ana Torrent cantando en *Cría cuervos* (Carlos Saura, 1975) o el fundido a blanco de un dramático primer plano de Maribel Verdú en *27 horas* (Montxo Armendáriz, 1986). Una insólita expresividad, dentro de la sobriedad del conjunto –o, mejor dicho, por una vez, haciendo un uso realmente elocuente del laconismo–, reviste el recurso consistente en el lento *zoom* a la fotografía de un Querejeta de mediana edad, sonriente, con unas gafas de sol que impiden distinguir nada de la expresión en la mirada; sugerida calificación del individuo como alguien hermético, imprevisible, dudosamente ético.

En el acierto (la valentía) que entraña, este fragmento nos entrega la clave del problema que carcome el documental: en ese difícil, si no imposible, equilibrio entre el decir –la glorificación– y el no decir –(mal) entendido como respeto al espectador, a su inteligencia y su libertad de criterio–, se cierra un curioso, más que elocuente círculo, pues, ¿acaso no es ésta la contradicción que subyace a los mecanismos, las obviedades y las trampas del entrañable cine metafórico? En definitiva, si

su concepto de la producción nace de una concepción global del hecho fílmico, y el ejercicio de aquélla deriva de una búsqueda permanente: el trabajo bien hecho y el sentido moral. Su discurso como autor no lo dan tanto sus películas («la película es del director», ha dicho siempre), como su propia práctica («el producto es del productor»). Elías Querejeta, o la producción como discurso (Angulo, Heredero y Rebordinos, 1996: 62),

diríase que *El productor* aparece contagiada (¿abducida?) por el espectro cinematográfico del interesado, por más sincero que fuera el deseo de éste de alejarse del pro-

ducto, para no condicionarlo, y sus artífices pretendieran rehuir los caminos fáciles. Lo cual no viene sino a corroborar el axioma: en efecto, en la producción radica el discurso.

BIBLIOGRAFÍA

326

Angulo, J.; Heredero, C. F., y Rebordinos, J. L. (1996), *Elías Querejeta. La producción como discurso*, San Sebastián, Filmoteca Vasca-Fundación Caja Vital Cutxa.

Evans, R. (1994), *The Kid Stays in the Picture*, Nueva York, Hyperion.

Las películas musicales y el primer desarrollo de la estructura cinematográfica española (1934-1936)

INMACULADA SÁNCHEZ ALARCÓN (coord.)

MARTA DÍAZ ESTÉVEZ

FRANCISCO MARCOS MARTÍN MARTÍN

MARÍA JESÚS RUIZ MUÑOZ

Universidad de Málaga

El discurso de la industria ha sido un elemento destacado tradicionalmente entre los teóricos de los géneros cinematográficos. Este planteamiento ha determinado una relación directa entre las condiciones materiales de la producción de películas y la generalizada aceptación por parte del público de las fórmulas concebidas y privilegiadas por los artífices de la actividad cinematográfica (Altman, 2000: 36-37). Sin embargo, la Historia del Cine muestra que no siempre se cumple esta relación automática entre los criterios de la industria y la definición de fórmulas para definir un *corpus* amplio de películas. Fórmulas que también son utilizadas como etiquetas por los distribuidores y exhibidores en la difusión de una película y que posteriormente son reconocidas por los espectadores. Al contrario, hay múltiples ejemplos de títulos que fracasan en taquilla, aunque hayan sido elaborados de acuerdo con esquemas preconcebidos que suscitaban el entusiasmo del público en producciones anteriores.

De todas formas, a pesar de esta contradicción que se plantea entre los teóricos de los géneros y el transcurso concreto de la Historia del Cine, parece evidente que las decisiones de producción determinan el establecimiento de esas manifestaciones de la cultura popular que son los géneros clásicos del cine. Siguiendo el esquema propuesto por Alan Williams (1984: 121-125), se deberían considerar diferentes aspectos del proceso de producción y difusión de películas para llegar a conclusiones más matizadas que eviten que el investigador establezca un sesgo retrospectivo en su consideración del proceso industrial en la actividad cinematográfica. Por una parte, sería pre-

ciso tener en cuenta el discurso cinematográfico en sí a partir del análisis textual de todas las películas realizadas y de las raíces de esas fórmulas en otros contextos culturales. También habría que sopesar el estilo de realización de los profesionales encargados y la impronta de los actores que, con su protagonismo, contribuyen de manera decisiva a definir el carácter de esas obras y a propiciar su reconocimiento por parte del público. Pero, además, para un estudio lo más ajustado posible a las particularidades del proceso considerado habría que ir más allá del discurso y tener en cuenta también el contexto de producción, el comportamiento de las empresas insertas en este contexto.

En este caso concreto, para aportar una visión lo más ajustada posible, vamos a centrarnos en el proceso a través del cual la producción de películas musicales propicia grandes éxitos de taquilla para el cine español. Se ha tenido en cuenta el periodo comprendido entre 1934, cuando se produce uno de los primeros grandes éxitos comerciales del cine español, *La hermana San Sulpicio* (Florián Rey, 1934), y 1936. Es en este último año cuando, tras el mayor éxito popular de la industria nacional hasta entonces, *Morena Clara* (Florián Rey, 1936), precisamente un musical, la Guerra Civil marca el final de toda una etapa cinematográfica. Los títulos escogidos para el análisis son los financiados por Cifesa, que constituye un ejemplo paradigmático de la consolidación de las productoras españolas de la época a través del uso de fórmulas estandarizadas para buscar el éxito comercial.

EL GERMEN DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA. LA CONSOLIDACIÓN DE LAS EMPRESAS TRAS LA INSTAURACIÓN DEL SONORO

A mediados de los años veinte, el interés del público hacia el cine español ha aumentado de forma considerable, incluso en ámbitos burgueses ilustrados antes reticentes. De hecho, la producción cinematográfica nacional goza de una relativa salud. La mejor muestra de ello es el éxito obtenido entre 1923 y 1925 por los temas que habían triunfado en otros vehículos culturales, como el teatro y la novela, con los que se busca conectar con la sensibilidad popular.

Es grande, por ejemplo, el eco obtenido entre el público español por la adaptación de zarzuelas como *La verbena de la Paloma* (1921) o *Rosario, la cortijera* (1923), ambas dirigidas por José Buchs. Estos dos títulos citados son síntoma de que las fórmulas musicales, y especialmente los géneros líricos tradicionales en el teatro, son adoptadas incluso en la época muda como garantía de éxito en la industria del cine.

La zarzuela adaptada es quizás el único género genuinamente español que se considera como tal por las compañías productoras [...] (que) deciden explotar el filón y primar este tipo de cine cuya demanda está asegurada por un espectador eminente-

mente popular que busca en ellas [...] un mero pasatiempo embellecido con páginas musicales de ritmo agradable y contabilidad facilona (Cánovas, 2006).

Toda esta consideración social de la que es objeto no impide que la industria cinematográfica sufra duramente las consecuencias derivadas de la necesidad de adaptarse a la revolución técnica propiciada por los sistemas de sonorización en las películas.

Desde que el sonoro había comenzado a imponerse, la actividad de la industria española cesa casi por completo. Existía una carencia total de estudios o equipos de filmación adaptados a las nuevas técnicas, y a las empresas, aún más afectadas por el colapso de las inversiones posterior al «crack» bursátil de 1929, les resultaba imposible afrontar los gastos necesarios para este proceso de cambio. Y esta situación demuestra, como en las circunstancias que se viven por la crisis de abastecimientos consiguiente a la I Guerra Mundial, que, con todos los avances experimentados, tampoco en los años veinte el cine español había construido una base lo suficientemente sólida.

El periodo de transición del mudo al sonoro en la Península se caracteriza por un estancamiento de la industria cinematográfica que no consigue seguir el ritmo impuesto por otros mercados a causa del avance tecnológico. Pero, además de los problemas económicos derivados de la implantación de nuevas tecnologías, las empresas cinematográficas se ven enfrentadas a la presión que supone el comportamiento de los consumidores de sus productos. Aunque tratan ámbitos distintos, se pueden considerar válidos para España los argumentos mantenidos por Sedgwick y Pokorny en relación a los Estados Unidos y Gran Bretaña en los años treinta (2005: 79-112).

Está claro que, tanto los espectadores españoles como los de los otros dos países, se sitúan en el mismo contexto en el que los géneros clásicos se encuentran en proceso de consolidación después de la instauración del sonoro. Como consecuencia, el público, que no tiene ningún esquema narrativo establecido que reconocer en las películas, no ha desarrollado aún un criterio sólido acerca de sus preferencias. Con todo, aunque es en este momento cuando en los grandes estudios norteamericanos empiezan a surgir productores que saben reconocer los gustos de los espectadores y aplicarlos en la consecución de grandes éxitos, como es el caso de Darryl Zanuck en la 20th Century Fox, ni siquiera las *majors* saben exactamente lo que quieren las audiencias.

Las empresas españolas, inmersas en un contexto económico menos favorable, se ven afectadas por la misma situación especificada en el caso antes mencionado. Con la nueva sociedad de masas, el público cuenta con cada vez más alternativas de ocio y espectáculo. Por tanto, el cine necesita aportar elementos de atracción que renueven la atención del público por acudir a las salas. Y es justo en este momento cuando las empresas integradas en la industria del cine español están empezando a aprender cómo conseguir captar a las audiencias para el espectáculo cinematográfico: «El advenimiento de la República en 1931 y el consiguiente incremento de los hábitos democráticos y de ocio potenciarán durante esta década el espectáculo cinematográfi-

co. [...] La variedad de las salas y la amplia gama de sus programaciones alcanzan en 1935 cumbres inimaginables pocos años antes» (Amorós, 1999: 549).

«Pero, sobre todo, son las productoras las que contribuyen de manera decisiva a fijar esquemas genéricos y fórmulas de elaboración de las películas que propician el éxito económico de la industria. Fórmulas que se consolidan más adelante en el ámbito proteccionista establecido por el régimen de Franco, que instrumentaliza ideológicamente los géneros y los adapta a la mentalidad nacional acentuando su componente costumbrista» (Comas, 2004: 62-66).

La rentabilidad que se obtiene con la explotación de estas películas, entre las que hay que destacar por su éxito los títulos musicales, actúa como estímulo para que las empresas ya establecidas continúen sus actividades y, además, surjan iniciativas nuevas en el periodo analizado. Evidentemente, tampoco se puede magnificar esta circunstancia, porque se trata de una mejora relativa en comparación con la crisis propiciada por la instauración del sonoro. Pero algunas productoras españolas llegan a adquirir incluso una presencia muy destacada en el mercado nacional durante el segundo bienio republicano. Un ejemplo claro a este respecto es el de Cifesa.

CIFESA, UNA PRODUCTORA MODERNA. FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE CONCEPCIÓN DE PELÍCULAS MUSICALES

En 1932, la familia Trènor fundó en Valencia la Compañía Industrial Film Español, S. A. (Cifesa). Al año siguiente, Manuel Casanova, miembro de una familia de la burguesía conservadora de esta ciudad, adquiere un suculento paquete de acciones de este negocio. Su principal motivación era satisfacer las inquietudes cinematográficas de su hijo Vicente, que se puso inmediatamente a trabajar en la empresa. Con todo, no será hasta 1934 cuando la familia Casanova se haga con el control total de Cifesa. La compañía, que se dedica primero a la importación y distribución de películas americanas, decide introducirse en el ámbito de la producción motivada por el auge comercial creciente que se aprecia en el sector (Fanés, 1982: 15-27). Tras el éxito de su primera iniciativa, *La hermana San Sulpicio*, en 1934, no sólo financiará grandes éxitos comerciales de la época, también producirá documentales de autores como Carlos Velo o Fernando G. Mantilla¹.

Las estrategias empresariales llevadas a cabo por la productora valenciana sirven para situarla en la misma línea de sus homónimas más modernas en otros países. Vicente

¹ Las actividades de Cifesa han sido analizadas en diversos trabajos publicados casi todos en Valencia. La aportación más reciente sobre la relevancia de esta empresa durante el periodo republicano es de un autor que ya había trabajado sobre el tema, Josep Franco (2000).

Casanova considera primordial conocer las reacciones del público. De hecho, Cifesa instala buzones de sugerencias y propicia la entrega de encuestas a los espectadores para que puedan expresar sus opiniones sobre los títulos que han visto y los que les gustaría ver proyectados en las pantallas de las salas a las que acuden (Amorós, 1999: 549). Incluso en esta primera época, la idiosincrasia de la empresa descansaba en la necesidad de ajustarse lo máximo posible a los valores imperantes con un fin lucrativo. Aunque su perfil era claramente conservador, Cifesa, por ejemplo, opta por llevar al cine *Nuestra Natacha*, una obra teatral de Alejandro Casona que obtiene un enorme éxito de público por su sintonía con el temperamento modernizador de la II República. Parecía lógico que este texto interesara a un hombre del carácter cosmopolita como Benito Perojo, que dirigió la película en 1936. Sin embargo, se puede decir que la productora de Casanova «aceptó el proyecto por el enorme éxito comercial de la pieza, que garantizaba un excelente negocio y en una época en la que en España no había guionistas de cine» (Gubern, 1994a: 285²). Y la demostración más clara del afán de beneficio que rigió a Cifesa en este caso es que, tras el inicio de la Guerra Civil, la película no llegó a ser estrenada, y al final del conflicto la Junta de Censura la prohibió.

Pero, además de todas estas estrategias comerciales, el principal factor que propicia el éxito de la empresa valenciana es la continuidad productiva que la sitúa en la cima de la industria cinematográfica republicana. Con este fin la empresa opta por contratar a los directores más descolantes del periodo, Florián Rey y Benito Perojo. Además, también trabajan para Cifesa los principales actores del *star system* nacional, entre los que destaca, sobre todo, el brillo de Imperio Argentina.

Cifesa diversifica así su oferta utilizando la propensión a la modernidad que caracteriza las películas de Benito Perojo y, por otro lado, capta también al segmento de público mayormente interesado en los planteamientos más costumbristas y conservadores de las producciones de Florián Rey. De todas formas, la productora llega a influir en Benito Perojo para que adopte parámetros costumbristas más cercanos a los del otro director. Como autodefensa, además, contra las críticas que se vierten sobre él, que llegan a tacharle de apátrida y culturalmente desarraigado, Perojo dirige en 1935 dos títulos vinculados con la cultura popular española, *Es mi hombre* y *La verbena de la Paloma*. Pero el caso es que, con la experiencia ganada en el extranjero³,

² Se trata de una opinión de Enrique Llobet, incluida por Román Gubern en la obra referida.

³ Tras comenzar su andadura profesional como «galán de compañía» en la productora de José Buchs, Florián Rey fue contratado en 1932 por la Paramount para trabajar de asesor de diálogos en las películas que se realizaron en los estudios de Joinville y acabó codirigiendo algunas películas interpretadas por Imperio Argentina en estos mismos estudios, como *Lo mejor es reír* (1931). Por otra parte, la singular carrera que desarrolló Benito Perojo como actor, director y productor durante más de sesenta años tuvo incluso una dimensión internacional más destacada que las actividades de Florián Rey. Tras el rodaje de una coproducción con Alemania en 1928, *Corazones sin*

tanto Perojo como Rey se pueden considerar los directores mejor formados de la industria cinematográfica española del momento, lo que garantiza la calidad técnica y artística de sus trabajos.

Pero, más que el estilo que aportan los directores, son los actores, las estrellas, las que se imponen en el ámbito de las productoras como elemento decisivo en la estrategia llevada a cabo por las empresas. Precisamente es en esta época, en el ámbito de Cifesa y otras de las empresas españolas más importantes, cuando empieza a configurarse un *star system* nacional⁴. Paralelamente, este mismo sistema de producción se está consolidando en Estados Unidos y el resto del mundo.

La intención de las productoras es que quienes acuden a las salas de cine puedan llegar a pensar que es posible convertirse en su estrella favorita. Pero, además, el uso de los recursos narrativos y estéticos que se hace en las películas convierte a los intérpretes en bellos objetos que sólo pueden contemplarse en la pantalla. Las películas en las que aparecen o el reflejo que se les da en los medios de comunicación sirven para configurar todos los atributos que ayudan a transformar a estas estrellas en emblemas sociales. En correspondencia, estos actores o actrices, que no son necesariamente buenos intérpretes, van manteniendo o aumentando su posición como miembros del *star system* en función de los resultados de taquilla obtenidos por las producciones en las que intervienen.

En el caso español, los rasgos costumbristas que predominan en la mayor parte de las producciones influyen para que el *star system* nacional sea particularmente inexportable. Paradójicamente, Imperio Argentina, una de las estrellas a las que Cifesa coloca en la cumbre de su sistema de producción, había protagonizado películas en otros países. Los personajes que interpretó entonces poco o nada tenían que ver con los que le darían la fama en el cine español: a partir de 1934, cuando protagoniza *La hermana San Sulpicio*, esta estrella se dibujará como el personaje femenino arquetípico de los musicales costumbristas de Florián Rey y financiados por Cifesa.

Los personajes encarnados por el *star system* de la época constituyen un elemento significativo del discurso cinematográfico. Pero, a la vez, hay que tener en cuenta su

rumbo, el éxito obtenido por Benito Perojo con *La bodega* en 1929 propició que fuera contratado por la Metro-Goldwyn-Mayer a partir del año siguiente. Allí consiguió productos económica y artísticamente tan destacados como *Mamá* (1931). Para un análisis detallado de la trayectoria de ambos directores, las dos aportaciones más recientes y exhaustivas son: en relación con Florián Rey, la obra de Sánchez Vidal (1991) y, en lo que se refiere a Benito Perojo, la de Gubern (1994a).

⁴ Siguiendo un planteamiento paralelo al que ya existía en el teatro, en la danza y en el ballet, ya antes de la I Guerra Mundial, en el ámbito de distintas cinematografías como la estadounidense, la italiana y la danesa, había comenzado a configurarse un *star system* como complemento básico de la política llevada a cabo por las grandes productoras cinematográficas. El objetivo de este uso de los actores como elemento decisivo para fomentar la asistencia al cine del público, y por lo tanto, para conseguir el beneficio económico supone «la estandarización industrial y la minimización de riesgos comerciales» (Gubern, 1994b: 13).

dimensión intertextual, que integra también los rasgos externos y la percepción social de la que es objeto la estrella. Se trata de un elemento «importante, entre otras razones, para comprender la consolidación de los géneros cinematográficos y la especialización de las estrellas en la tarea de *dar cuerpo* a fórmulas narrativas estandarizadas» (Sánchez-Biosca, 1994: 9). Las películas musicales aquí consideradas son ejemplo de la contribución del *star system* al fortalecimiento de las fórmulas genéricas.

LOS MUSICALES DE CIFESA O LA FÓRMULA DEL ÉXITO

La capacidad de atracción para el público de zarzuela, variedades y otro tipo de espectáculos musicales propició la existencia de adaptaciones al cine de estos otros productos culturales incluso durante la etapa muda en España. En esta primera época también se componen partituras para añadirlas a historias que, originariamente, no incluyen elementos musicales como parte de su estructura narrativa⁵. Los espectadores que acuden a las salas durante los años veinte llegan a solicitar incluso la interpretación de temas musicales, tuvieran o no relación con el argumento de la película. Una vez instaurado el sonoro, la industria del cine español también recurre a los formatos musicales de otros ámbitos culturales para consolidarse con productos que garantizaran un éxito seguro entre el público. De hecho, se lleva a cabo una clara simbiosis entre los espectáculos teatrales y de variedades y la producción de películas: igual que ocurrirá durante el franquismo, las estrellas de los años treinta utilizan en su repertorio las mismas canciones que interpretan en sus películas. O bien estas piezas se incluyen en sus discos. Un caso es el de «Échale guindas al pavo», «Falsa moneda» y «El día que nací yo», canciones incluidas en *Morena Clara*, que dieron lugar a la grabación de un disco financiado por la compañía Odeón en el mismo año de la producción de la película⁶, y que luego han sido interpretadas por otros artistas. *Morena Clara* es precisamente la película de mayor repercusión de la cinematografía republicana. Estrenada en abril de 1936, su enorme éxito de público, que se prolonga durante toda la Guerra Civil, es una muestra evidente de que se trata del ejemplo más acabado de musical español de la época. Temas, personajes y estructura narrativa explican el éxito de la película de Florián Rey. Pero se trata de fórmulas que habían ido consolidándose progresivamente en musicales anteriores y que, sobre todo, se habían utilizado con especial destreza en los títulos de Cifesa.

⁵ También durante los años treinta se producen este tipo de procesos de producción: *Morena Clara*, por ejemplo, era una comedia de Quintero y Guillén, que, originalmente, no tenía canciones (De la Plaza, 2003: 96).

⁶ El disco fue grabado por los propios protagonistas de la película, Imperio Argentina y Miguel Ligeró, con acompañamiento de orquesta (De la Plaza, 2003: 97, 324).

Todas las películas analizadas son adaptaciones al cine de obras literarias y zarzuelas. Predominan las adaptaciones teatrales de escritores de tanto éxito como los hermanos Álvarez Quintero o Antonio Quintero y Pascual Guillén. Autores, respectivamente, de los libretos originales de *La reina mora* (Eusebio Fernández Ardavín, 1936) y *Morena Clara*.

Esto quiere decir que las productoras eligen las historias que van a reflejar teniendo en cuenta su potencial atractivo para el público. Sin embargo, resulta posible establecer unas líneas generales que caracterizan la estructura narrativa de todos estos musicales y que permiten establecer grandes similitudes entre ellos. El personaje femenino se sitúa al margen de las normas socialmente aceptadas. O también puede ocurrir que el detonante del conflicto sea una situación que pone a la protagonista en riesgo de ser excluida. En el primero de los casos hay que mencionar a la Trini de *Morena Clara*, y a Soleá, el personaje femenino de *El gato montés* (Rosario Pí, 1935). Las dos son gitanas, y la primera de ellas se ve sometida a constantes dudas acerca de su honestidad a lo largo de toda la narración de Florián Rey. Soleá, por otra parte, vive de la limosna hasta que la desprotección en la que queda la hace establecer una relación sentimental con un torero adinerado para intentar superar su difícil situación.

Por otra parte, también puede ocurrir que la duda que se plantea sobre la honra femenina sirva de cauce vertebrador de la historia: es el caso de María del Pilar, la protagonista de *Nobleza baturra* (Florián Rey, 1935). La trama de la película, que tiene un paralelismo casi exacto con *La Dolores*, dirigida también por Florián Rey en 1940⁷, gira en torno al cuestionamiento de la pureza del personaje interpretado por Imperio Argentina debido a las murmuraciones difundidas por un pretendiente rechazado. En el caso de Susana, eje de *La verbena de la Paloma*, la duda se cierne sobre ella por las maniobras de su tía para casarla con el viejo boticario don Hilarión.

Pero, pese a las diferencias, la conclusión es la misma en todos los casos: el desenlace positivo del conflicto amoroso es el único factor que facilita que el personaje femenino pueda superar sus problemas. Como contraste, es significativo el desenlace de *El gato montés*: Soleá se ve obligada a mantener una relación deshonesta que la priva de su honra, y ése es el factor que desencadena el destino dramático tanto para su figura como para los dos personajes masculinos enamorados de ella. Se trata, sin embargo, de una excepción: tanto Trini, como Susana o Coral, en *La reina mora*, consiguen alcanzar una buena posición cuando sus respectivos enamorados se comprometen con ellas para casarse. Y no es algo que siempre ocurra fácilmente. Antes de que su padre le aclare que Trini le había dado el dinero a él, Enrique, el notario que se enamora del

⁷ Exactamente igual que lo que ocurre en *Nobleza baturra*, Dolores, el personaje central de la película dirigida por Florián Rey en 1940, es apreciada por sus atributos femeninos de belleza y simpatía, y el conflicto en el que se ve inmersa a lo largo de la narración se ve motivado por las murmuraciones originadas por un pretendiente desechado.

personaje de Imperio Argentina, llega a echarla de su casa porque piensa que ha sido ella la ladrona de un dinero con el que habían intentado sobornarle.

El personaje protagonista femenino de Gloria en *La hermana San Sulpicio* constituye un caso excepcional, debido a que su conflicto es de carácter interno y se basa en la disyuntiva entre la posibilidad de mantener sus votos religiosos o corresponder al amor del médico que llega al pueblo y la pretende. Sin embargo, lo mismo que en los casos anteriores, también Gloria vuelve al seno de las convenciones cuando decide dejar de ser monja para casarse con el doctor Ceferino Sanjurjo. Abandona entonces el compromiso religioso y vuelve a su posición social como hija de un rico hacendado. A pesar de su carácter atípico de monja, el personaje de Gloria también se define, como en otras películas, por un temperamento resuelto y una jovialidad que se canalizan preferentemente a través de la canción y del baile⁸. María del Pilar o Coral también cantan en muchos de los momentos de su vida cotidiana. Incluso en acontecimientos sociales, como la fiesta en la que el padre de María del Pilar quiere comprometerla con Marco. Por su parte, Trini tararea o canta casi siempre que aparece en imagen, pero incluso el hermano de Enrique la define por ser la gitana que mejor canta y baila de todo Sevilla, cuando le habla a éste de ella. Evidentemente, por tratarse de una zarzuela, Susana canta de manera continuada porque, por los imperativos del género, muchos de los diálogos entre los personajes se canalizan a través de canciones.

En definitiva, la música suele tener una clara función diegética en todas las películas de Cifesa analizadas. A pesar de que el número de canciones no es muy elevado en la mayoría de las películas⁹, en todos los casos los números musicales desempeñan una función central en los argumentos y posibilitan que las situaciones del argumento se sucedan las unas a las otras con total fluidez. Igualmente se pueden considerar elementos dinamizadores de historias que, como en el caso de *Nobleza baturra*, de no ser por la música y el baile hubieran resultado melodramas sin rasgos característicos excesivamente reseñables. Además, con el eje conductor de las canciones, el público, aún no excesivamente habituado al cine sonoro, encuentra un elemento de distracción que le resulta sumamente familiar por la costumbre de acudir a espectáculos musicales en otros ámbitos de ocio como el teatro o las variedades.

Además de su función diegética, habría que destacar que las canciones de estas películas suelen hacer referencia a peripecias centrales en el argumento. En «El día que nació», que Trini canta para simbolizar su amor por el fiscal, que ella entonces cree no correspondido, se incluyen los siguientes versos: «Pero cuando él diga que me lleven

⁸ Un tipo de personaje femenino con estos mismos rasgos definitorios, que permiten calificarla como «mujer resuelta», suele repetirse de forma constante en las películas musicales de ambiente andaluz (Sánchez Alarcón, 2000: 91-125).

⁹ Tanto en *El gato montés* como en *Morena Clara* sólo pueden contarse tres canciones a lo largo de la narración.

presa, le diré te quiero». Las canciones también sirven para que María del Pilar o Coral exterioricen sus sentimientos amorosos. Y, de la misma manera, en *El gato montés* las circunstancias de los protagonistas se expresan a través de la música, pero, en contra de lo que ocurre en los casos anteriores, en los que la función central la ejerce la mujer, es el personaje masculino de Juanillo, el novio de Soleá, el que canta en solitario una de las canciones incluidas en el argumento, y a dúo con su amada las otras dos.

Normalmente son personajes individuales, que ejercen la función de protagonistas o, como mucho, parejas los que interpretan las canciones incluidas en estas películas. Solamente se pueden establecer algunas excepciones. En el caso de *La verbena de la Paloma* se producen dos escenas corales en las que tanto los personajes secundarios como los integrantes de la figuración interpretan las canciones. Se considera, sin embargo, un rasgo más atribuible a la estructura original de la zarzuela que al planteamiento propio de la película de Benito Perojo. Algo muy similar ocurre en *La reina mora*. En lo que se refiere a *Morena Clara*, los personajes que intervienen en la fiesta celebrada por la madre del fiscal corean la interpretación de la bulería «Échale guindas al pavo» que llevan a cabo Trini y su hermano Regalito. De todas formas, se trata de un planteamiento diegético que tiene que ver con el contexto de la fiesta que se está celebrando. El caso más particular de este tipo de números musicales colectivos es el de *Nobleza baturra*. En este ejemplo, la jota interpretada por los vecinos de María del Pilar, que ejercen la función de antagonista colectivo, tiene un significado central en el argumento porque simboliza el cuestionamiento que se hace de su honra y que constituye el eje central¹⁰.

Al contrario de lo que ocurre en el cine musical estadounidense, en el que el baile resulta fundamental como elemento diegético en los argumentos, estas películas españolas no cuentan más que con algunas escenas de coreografía. Las escenas de baile tienen una presencia escasa en las películas analizadas, sobre todo si se compara con la función central de las canciones en los argumentos. Entre las escasas escenas de baile encontramos un ejemplo puntual de carácter no diegético. Se trata de la secuencia de recurso en la que Benito Perojo sitúa al espectador en la fiesta que se va a celebrar en *La verbena de la Paloma*. El baile que inicia este fragmento sirve para fundamentar el espíritu festivo que se quiere transmitir. De una forma muy similar a lo que ocurre en los musicales norteamericanos de los años treinta (Fever, 1992: 24-30), a través de personajes anónimos que interpretan bailes y canciones se intenta dar una ilusión de espontaneidad. De hecho, en este caso de la película de Perojo, además de

¹⁰ En *La Dolores*, la repetición de la canción difamatoria contra la protagonista es también el elemento que sirve para construir la tensión dramática. Igualmente el hecho de que los vecinos acaben cantando una versión positiva de esta pieza contribuye al desenlace feliz para Dolores.

la relevancia que adquiere el baile, también hay que especificar que la canción del comienzo de la secuencia pasa a ser interpretada de manera colectiva por los vecinos de la calle. La combinación de todos los elementos musicales de este fragmento sugiere eficazmente una ilusión metafórica del ambiente festivo vivido por la colectividad.

Hay otras películas, sin embargo, en las que se pueden encontrar escenas de baile con una funcionalidad diegética. Tanto en *Nobleza baturra* como en *Morena Clara* hay bailes que forman parte de dos fiestas integradas en la narración. La diferencia es que, en el primer caso, se trata de una jota interpretada por la protagonista, y en la segunda película hay una coreografía colectiva en la que intervienen varios miembros femeninos de la figuración que, teóricamente, son invitados a la fiesta. La escena de baile de *El gato montés* resulta significativa porque es el desencadenante que provoca a Juanillo para que apuñale a quien ha intentado ofender a Soleá. También Coral es importante en una fiesta por un tipo brusco, al que su novio Esteban acaba hiriendo en un duelo.

Tanto el montaje como la planificación cobran especial relevancia en estos momentos de *El gato montés* por su complejidad y, además, resultan elementos primordiales para ensalzar la música y la coreografía. Precisamente en el caso de *Morena clara*, tanto la ubicación de la cámara como la angulación que define los planos dan una visión del baile que recuerda, aunque con menos complejidad técnica, a los planos cenitales que caracterizan escenas coreografiadas similares en los musicales de Busby Bekerley. Sin embargo, dejando de lado los ejemplos anteriores, en la mayoría de las canciones interpretadas en estas películas los elementos de expresión corporal aportados por el vocalista, normalmente la protagonista femenina, suponen un valor añadido alternativo a la falta de relevancia del baile.

En conclusión, los elementos que contribuyen a la solidificación del género musical español en la primera mitad de los años treinta del siglo XX se ejemplifican de manera patente en los éxitos conseguidos por la productora Cifesa. Las estrategias empresariales, apoyadas en el estilo de los directores más destacados, y sobre todo en la personalidad de las estrellas, son los elementos externos que contribuyen en este proceso de definición de un género de éxito. Pero también el discurso fílmico se define a través de una estructura narrativa de eficacia probada y de unos personajes que perpetúan los mismos roles con el fin de causar un efecto seguro en el público. La música sirve para dinamizar la acción y para fidelizar a un espectador que ya estaba habituado a otros espectáculos musicales. La producción cinematográfica, pues, se demuestra en este caso como una ecuación entre elementos creativos y planteamientos empresariales.

BIBLIOGRAFÍA

- Altman, R. (2000), *Los géneros cinematográficos*, Barcelona, Paidós Ibérica.
- Amorós, A., y Díez Borque, J. M. (coords.) (1999), *Historia de los espectáculos en España*, Madrid, Castalia.
- Cánovas Belchi, J. T. (2000), La música y las películas en el cine mudo español. Las adaptaciones de zarzuelas en la producción cinematográfica madrileña de los años veinte. *Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*. Recuperado el 21 de diciembre de 2006, de http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/cine/80272785101794385754491/p0000001.htm#I_1_
- Comas, A. (2004), *El star system del cine español de postguerra (1939-1945)*, Madrid, T&B Editores.
- De la Plaza, M. (2003), *Imperio Argentina, una vida de artista*, Madrid, Alianza Editorial.
- Fanés, F. (1982), *Cifesa, la antorcha de los éxitos*, Valencia, Institución Alfonso el Magnánimo.
- Fever, J. (1992), *El musical de Hollywood*, Madrid, Verdoux.
- Franco i Giner, J. (2000), *Cifesa, mite i modernitat, els anys de la república*, Valencia, L'Eixam Edicions.
- Gubern, R. (1994a), *Benito Perojo. Pionerismo y supervivencia*, Madrid, Filmoteca Española.
- (1994b), La herencia del *star system*. *Archivos de la Filmoteca*, 18.
- Sánchez-Biosca, V., y Benet, V. J. (1994), Las estrellas: un mito en la era de la razón. *Archivos de la Filmoteca*, 18.
- Sánchez Alarcón, I. (coord.); Meliveo Nogués, P.; Montesinos Soudry, P.; Poza Pérez, A.; Ruiz Muñoz, M. J., y Teruel Rodríguez, L. (2000), «La recreación de los estereotipos cinematográficos, un condicionante de las mentalidades: el caso de la mujer andaluza en el cine español», en Barranquero Texeira, E., y Prieto Borrego, L. (coords.), *Mujeres en la contemporaneidad: educación, cultura, imagen* (pp. 91-125), Málaga, Universidad de Málaga.
- Sánchez Vidal, A. (1991), *Florián Rey*, Zaragoza, Caja de Ahorros de la Inmaculada de Aragón.
- Sedgwick, J., y Pokorny, M. (2005), «The film business in the United States and Britain during the 1930s». *Economic History Review*, 58 (1), 79-112.
- Williams, A. (1984), «Is a radical genre criticism posible?». *Quarterly Review of Film Studies*, 9 (2).

Ida Lupino, productora pionera independiente en Hollywood

JOHN DOUGLAS SANDERSON

Universidad de Alicante

Ida Lupino, actriz inglesa emigrada a Hollywood en 1933, alcanza el punto álgido de su carrera en 1940 cuando abandona Paramount Pictures y firma un contrato anual con la productora Warner Brothers. Formando pareja con Humphrey Bogart, y bajo la dirección de Raoul Walsh, protagonizaría *Pasión ciega* (Raoul Walsh, 1940) y *El último refugio* (1941) para estos estudios. Pese a su participación igualmente destacada, también en 1941, junto a John Garfield y Edward G. Robinson en *The Sea Wolf*, dirigida por Michael Curtiz un año antes de su mítica *Casablanca*, rechazará a finales de ese mismo año un contrato de larga duración de 1.700 dólares a la semana que la sometería a los designios de la Warner. Este rechazo viene motivado por el interés de Lupino en evitar repetir los mismos errores que la obligaron a interpretar papeles insulsos para la Paramount, pero la condena a un cierto ostracismo en una época de control absoluto por parte de las productoras.

En 1947 rescindiré su contrato unilateralmente, y será entonces cuando decida fundar Emerald Productions junto a Collier Young (su marido) y Anson Bond, con la idea de producir sus propios guiones, en los que las protagonistas son personajes femeninos con un mayor grado de complejidad. Una serie de avatares la llevarán a dirigir algunas de estas películas (incluso a interpretar una de ellas), encontrando inesperadamente un espacio propio como productora y directora en una profesión eminentemente masculina. Esta comunicación se propone analizar cómo el objetivo de Ida Lupino, pionero para una mujer en una industria cinematográfica tan cerrada como la hollywoodiense de

los años cuarenta y cincuenta, llega a buen puerto entre los años 1949 y 1953, periodo en el cual dirige y produce seis películas de bajo presupuesto (conocidas popularmente como de «serie B»), encontrando un hueco en el saturado mercado de la exhibición cinematográfica que le permite generar beneficios para su incipiente productora. Dentro del contexto social de la época se sopesará si su característica distintiva (evidentemente, ser mujer) será determinante tanto en la naturaleza de sus propuestas cinematográficas como en la valoración de las mismas en el momento de su estreno y en etapas posteriores.

Como *corpus* de análisis se eligen tres de estas seis películas: *Not Wanted* (1949), *Outrage* (1950) y *The Bigamist* (1953). Ella dirige las tres películas para su compañía, escribe los guiones de las dos primeras y protagoniza la última. Destacan por encima de las demás porque abordan temas espinosos, considerados tabú, que raras veces se veían representados en la pantalla: respectivamente, el de las madres solteras, la violación y la bigamia. Será interesante observar cómo la incisiva presentación que hace Lupino de estas situaciones opresivas para sus protagonistas femeninas encontrará, sin embargo, un hueco en un mercado hipotéticamente muy alejado de sus ambiciones reivindicativas: el de las denominadas *exploitation movies*. Las estrategias publicitarias aplicadas a estas producciones las destinarían a un público poco apreciativo de las características hipotéticamente reivindicativas de su cine, pero consiguen hacer que las películas generen beneficios y, consiguientemente, que Lupino alcance esas cotas de producción en tan sólo cuatro años, aún más destacable en el caso de una mujer.

Como mero dato contextualizador, antes de empezar el análisis de estas películas habría que hacer referencia al organismo censor Production Code Administration (PCA), fundado en 1934, que mantuvo buenas relaciones con la industria hasta que, con la irrupción de la televisión a finales de los años cuarenta, las restricciones impuestas dejaron de ser incuestionablemente aceptadas por las grandes productoras ante el temor a una disminución de la recaudación. Un año crucial sería 1952, cuando el Tribunal Supremo norteamericano extendió la protección de la Primera Enmienda sobre la libertad de expresión al ámbito cinematográfico, curiosamente a raíz de una producción europea, *El milagro* (Roberto Rossellini, 1948), contra la que se había levantado en armas el PCA. El estricto código censor se relajaría a partir de entonces.

Emerald Productions inicia su andadura en 1948 con *The Judge*, basada en un guión de Anson Bond y dirigida por Elmer Clifton. Será al año siguiente cuando Ida Lupino proponga un guión propio, llamado entonces *The Streets of Sin*, como un proyecto que dirigiría también Clifton, sobre una joven soltera embarazada. Pero cuando éste sufre un ataque al corazón al tercer día de rodaje (moriría poco después), será Lupino quien asuma la dirección del largometraje, aportándole una impronta particular que ella niega (rechazando incluso figurar como directora en los títulos de crédito), pero que se puede identificar en conjunción con sus películas posteriores.

Estrenada con el título de *Not Wanted* y comercializada posteriormente con el de *The Wrong Rut*, llama la atención su inicio por estar rodado en exteriores en las calles de Los Ángeles en lo que entonces se hubiera percibido como un estilo seudodocumental. Abundaremos en características estilísticas y argumentales de esta primera película para después poder remitirnos a ella al analizar las otras dos. Los primeros cinco minutos de película tienen lugar en el tiempo presente, cuando la protagonista inconscientemente coge a un bebé de un carrito a la puerta de una tienda y avanza unos metros con él en brazos hasta que la madre del bebé la hace detenerse y avisa a la policía, una escena rodada en plena calle con un verismo inusual. La llevan a una celda donde permanece presa junto a otras mujeres delincuentes del lumpen y una señora mayor bien vestida que le hace caricias en el pelo muy insinuantes¹. Cuando la llaman a declarar, se produce un *flashback* que durará buena parte de la película hasta el regreso al presente para el clímax final.

A la manera de *Carta de una desconocida* de Max Ophüls, rodada un año antes, la protagonista, Sally Kelton, hace memoria de cuando trabajaba de camarera en un restaurante de su pueblo, oyó un piano en el café de al lado y se enamoró de quien lo tocaba. Pero no es respetable música clásica lo que escucha (como hacía Joan Fontaine en la gran obra de Ophüls), sino el sinuoso ritmo del jazz interpretado por un bohemio, no necesariamente malvado, pero sí liviano y despreocupado. En cualquier caso, ella también queda obsesionada por él. Hay una interesante secuencia onírica en la que ella duerme agitadamente mientras la sombra de las ventanas se refleja sobre ella como unos barrotes y suenan los acordes de un piano distorsionado. Sin embargo, no asistiremos visualmente a su predecible encuentro sexual, que sucede de manera elíptica fuera de campo cuando ella, ante su abrazo en una escena campestre vespertina, deja caer el cigarrillo que sostiene, el cual desaparece arrastrado por las aguas de un riachuelo.

El músico deja la ciudad una vez le surge un contrato para tocar en otro sitio, y ella no tardará en abandonar familia y trabajo para ir en su busca a Los Ángeles. Tampoco asistiremos a la consternación de sus padres porque la cámara marcha con ella, en un autocar donde conoce a un chico formal, Drew, gerente de una gasolinera, y con una pierna ortopédica como consecuencia de una herida de guerra. Cuando localiza al pianista en la pensión donde se hospeda, una interesante planificación de luces y sombras nos revela su desinterés hacia ella, que culmina con su anuncio unos días después de su nueva marcha hacia Sudamérica. En su descargo hay que recalcar que rompe la relación antes de saber que Sally está embarazada, lo cual le eximiría de culpa por supuesto abandono.

¹ La contemplación de esta escena nos puede remitir a una película posterior, *Women's Prison* (1955), en la que, curiosamente, la propia Lupino interpreta a una carcelera malvada y destructiva de sexualidad ambigua.

Pese al cortejo permanente del gerente de la gasolinera, ella desaparece sin darle la noticia de su estado para recluirse en un centro de acogida de mujeres solteras embarazadas². Será allí donde la localice Drew, aunque cuando averigua que está embarazada por información de la directora del centro, se marcha sin llegar a hablar con ella. Una vez Sally tiene el bebé, lo entrega en adopción, pero después se arrepiente e intenta recuperarlo, sin éxito, lo que explica una vez volvemos al tiempo presente su reacción inconsciente al principio de la película; queda en libertad sin cargos. Drew la espera a la salida de comisaría y corre con dificultad tras ella cuando huye de su presencia en una larga y climática persecución. Sólo cuando Sally le ve desplomarse exhausto en lo alto de un puente, vuelve sobre sus pasos y le abraza y acuna como a un niño pequeño.

El atrevimiento de Lupino al presentar la realidad social silenciada de las madres solteras no quedó ahí. En una entrevista que aparece en el *New York Times* en abril de 1950, Lupino relata cómo encontró a muchas mujeres negras, latinas y asiáticas en los centros de acogida de madres solteras, reflejándolo así en el guión original. El PCA se opuso a que se presentaran en la pantalla distintas razas conviviendo en situación de igualdad, pero finalmente «conseguimos meter de rondón a una chica china, por lo que recibimos una carta muy acalorada de un señor. Afortunadamente, la película ya se había estrenado» (en Waldman, 1995: 30). El guión original lo había coescrito con Paul Jarrico, nominado al óscar el año anterior por *La ciudad desnuda* (Jules Dassin, 1948), pero despedido de la RKO poco después por presiones del Comité de Actividades Antiamericanas del senador McCarthy. Pasaría posteriormente a producir el clásico de Herbert Biberman *La sal de la tierra* (1954).

Esta primera película de Lupino no es bien recibida, sin embargo, en los albores de la crítica feminista de principios de los setenta. Según el análisis realizado por Claire Johnston (1999: 38-9), «resulta dudoso que (Lupino) opere a algún nivel de consciencia para subvertir la ideología sexista» en *Not Wanted*, y sólo resulta salvable la última escena porque se produce «un proceso de castración simbólica en el que él la persigue hasta que no puede mantenerse en pie, y entonces ella le rodea con sus brazos mientras él realiza movimientos infantiles, aportando el *final feliz*». Tampoco ayudaría el hecho de que su comercialización abundara en los aspectos más supuestamente morbosos de la película, obviando la denuncia que su pionera directora quisiera enfatizar. De hecho, en su nueva distribución bajo el título *The Wrong Rut* (versión comercializada actualmente en DVD), sorprendentemente se introduce un inserto de cuatro minutos de una operación de cesárea como si correspondiera al

² El primer antecedente de *Not Wanted* podría ser *Kitty Foyle* (Sam Wood, 1940), inédita en España, con un guión original que reflejaba una relación ilícita que tiene como consecuencia un embarazo y, consecuentemente, un aborto. Esto se cambiaría finalmente mediante un nacimiento y una boda cuasi-simultánea que convierten al bebé en «legal».

nacimiento del bebé ilegítimo de la protagonista, y en color, en contraste con el blanco y negro del largometraje. Se supone que este tipo de «alicientes» atraía más espectadores a los cines de entonces, ayudando a generar beneficios, pero haciendo un flaco favor a los hipotéticos propósitos reivindicativos de Lupino.

Anson Bond abandona la compañía dejándola en manos del matrimonio Duff-Lupino (ya en trámites de divorcio), quienes le dan un nuevo nombre: *The Filmmakers*. Lupino de nuevo dirige, produce y escribe el nuevo proyecto, *Never Fear* (1949), un drama sobre una bailarina que cae víctima de una enfermedad que causa estragos en la época: la poliomieltis. Si tenemos en cuenta que en su etapa de actriz recién llegada a Hollywood, Lupino había sido tratada por síntomas de dicha enfermedad en 1934, se puede considerar su película más autobiográfica.

Para los planteamientos de esta comunicación resulta, sin embargo, mucho más interesante su tercera película, *Outrage* (1950), que presenta a un nuevo personaje femenino víctima de una situación socialmente controvertida y habitualmente silenciada en las pantallas: la violación. Ann Walton sale más tarde que de costumbre de la empresa donde trabaja como secretaria y sufre esa brutal agresión (necesariamente fuera de campo). Ante el trauma producido, este personaje también abandona trabajo y familia (aquí incluso a un novio de toda la vida) y emigra de este pequeño pueblo del Medio Oeste americano hacia la California urbana. Allí trabará amistad con el doctor Bruce, que intentará ayudarla de forma altruista a rehacer su vida. Sin embargo, ella recae cuando un pretendiente testarudo, Frank Marini, insiste en besarla, a lo que ella responde agrediendo con el gato de un coche e hiriéndole gravemente. Va a juicio, y el doctor Bruce testifica a su favor relatando su caso, y revelando que el violador del inicio de la película se ha entregado tras confesar su crimen y está actualmente en tratamiento para superar sus traumas, consecuencia de su participación como soldado en la Segunda Guerra Mundial. En su discurso ante las autoridades, Bruce recalca que la sociedad debe mostrar piedad ante sus víctimas, por lo que parecería que tanto el violador como Ann son presentados a un mismo nivel de sufrimiento. Una vez Ann queda libre, Bruce le comunica que su familia y novio de toda la vida quieren que regrese a su pueblo natal. Ella le suplica iniciar una vida en común con él, pero el doctor considera que, como profesional, tenía simplemente una misión que cumplir, y que ella debe marcharse de su lado.

La factura de la película es aún más elaborada que *Not Wanted*. Hay un mayor número de localizaciones, y el metraje rodado en exteriores tiene mayor duración. Scheib (1980: 58) define «la interacción entre la emotividad de una *película de mujeres* claustrofóbica y un realismo documental (completado por una atención a los detalles exhaustivamente investigada, actores no profesionales y, en muchos casos, historias reales)». También se observa un uso continuado de la profundidad de campo como si, en suma, se quisiera ofrecer lo que el aún incipiente y limitado medio televisivo era incapaz de incorporar a sus producciones. Por lo que respecta a la perspec-

tiva argumental, de nuevo acudimos a una huida, injustificada a nuestros ojos contemporáneos, desde el punto de vista de la fugitiva. Pese a una fotografía más propia del *film noir*, las convenciones del melodrama se aprecian en la adopción del punto de vista de la protagonista femenina y en el énfasis musical de la banda sonora. Como afirma Cook (1995: 60): «En *Outrage*, la trayectoria moralista y punitiva de la narrativa es subrayada y comentada mediante los códigos visuales y auditivos, que se utilizan expresionísticamente para comunicar el estado mental y el predicamento existencial de Ann.» En todo caso, es comprensible la ira generalizada que esta película despierta en la crítica feminista ante una presentación del personaje del violador como víctima social. Por el contrario, Cook (ibíd., 1995: 67) celebra «la masculinidad no-fálica de Bruce».

La única película de Lupino que goza del beneplácito crítico generalizado en este sentido, hasta el punto de merecer cuatro páginas de análisis en el volumen canónico y referencial de Jeanine Basinger, *A Woman's View, How Hollywood Spoke to Women 1930-1960* (1993), es su siguiente proyecto, *Hard, Fast and Beautiful* (1951) basado en una novela homónima de John R. Tunis (1931), sobre cómo una madre ambiciosa y posesiva (Claire Trevor) presiona a su hija (Sally Forrest) para que se convierta en una tenista profesional de éxito. A continuación dirigirá *The Hitch-Hiker* (1953), en la que, por una vez, abandona a sus personajes femeninos comprometidos para rodar un *film-noir* propiamente dicho en el que un asesino en serie perseguido por la policía es recogido como autoestopista por dos amigos que se van de viaje de fin de semana sin sus esposas. De nuevo una película sobre una huida (en este caso a México) brillantemente fotografiada por Nicholas Musuraca, que ya había trabajado en dos grandes películas de Jacques Tourneur: *La mujer pantera* (1942) y *Retorno al pasado* (1947).

The Hitch-Hiker supuso el fin de la trayectoria de *The Filmmakers*; no por la calidad de la película en sí, sino porque los ya divorciados socios quisieron implicarse en otro aspecto de la cadena semiótica de producción audiovisual, la distribución, con resultados muy negativos. Hasta entonces sus películas se las había distribuido la RKO, y al intentar hacerlo por su cuenta se les cerraron todas las puertas de las cadenas de exhibición, también en manos de las grandes productoras.

Sin embargo, antes de que *The Filmmakers* sufriera dichas consecuencias, Lupino ya estaba rodando *The Bigamist* (1953), con Edmond O'Brien en el papel de Harry Jordan, empresario casado con una ambiciosa esposa, Eve, y que, en un viaje de negocios, entabla relaciones con una camarera, Phyllis, de un café cantonés regentado por un asiático, Sam. El primer beso tiene lugar en la pensión donde la mujer vive, en una penumbra que apenas hace visible la escena, antes de que ella suba a su dormitorio mientras la sombra de la barandilla de la escalera se cierne sobre su figura. Pero será en un viaje furtivo a Acapulco (de nuevo la referencia extranjera para un contexto desestabilizado) donde tenga lugar el encuentro sexual al que se alude verbalmente con posterioridad para explicar el embarazo de Phyllis.

Toda esta información se obtiene mediante un *flashback* una vez un trabajador social que tramita una adopción descubre la bigamia de un Harry Jordan que, en su deseo de contentar a las dos mujeres, permanece casado con ambas en distintas ciudades. De nuevo será ante los tribunales donde se dirima la culpabilidad de un protagonista que, quizás por ser masculino, no salga en libertad como en las películas anteriores, sino que vaya a prisión a cumplir su condena. Sin embargo, hay un ambiente generalizado de comprensión que alcanza incluso a las dos mujeres engañadas; todo deslíz es aceptado ante la buena voluntad desplegada por las distintas partes implicadas. Como afirma Seiter (1995: 111): «Cualquier expectativa de un mundo *noir* de contenido altamente sexual, prohibido, exótico o criminal que pudiera sugerirse en el café cantones se verá decepcionada.»

En *The Bigamist* encontramos una economía de medios que contrasta con los recursos de las otras dos películas analizadas en esta comunicación. Rodada principalmente en interiores, con un apartado muy largo dedicado al juicio, podría sugerirnos un anticipo de lo que sería la actividad profesional de Ida Lupino durante las siguientes dos décadas, directora de producciones televisivas. En lugar de combatir al medio parece querer adaptarse a él, aunque también puede deberse a las dificultades económicas que empezaba a atravesar su compañía.

Otro aspecto relevante es el hecho de que Lupino interpretara el papel de Eve, la rubia y ambiciosa esposa del protagonista, mientras que el papel del personaje femenino antagonista era encarnado por Joan Fontaine, que en la vida real era la nueva esposa de Collier Young. En la biografía de Lupino, escrita por William Donati (1996: 201), se revela que Fontaine exigió que Lupino, además de dirigir la película, interpretara el papel coprotagonista si *The Filmmakers* quería que ella aceptara interpretar a Phyllis. No es difícil imaginar la estrategia comercial publicitaria con respecto al lanzamiento de esta película.

En todo caso, *The Filmmakers* se vio abocada a su desaparición. Lupino participaría aún como actriz en cualificadas películas como *On Dangerous Ground* (Nicholas Ray, 1952), *El gran cuchillo* (Robert Aldrich, 1955) y *Mientras la ciudad duerme* (Fritz Lang, 1956), aunque su destino último será el medio televisivo. Formará una productora junto a sus colegas actores Dick Powell, Charles Boyer y David Niven, cuyo primer éxito será la serie de dramatizaciones televisivas que, bajo el título genérico de *Four Star Playhouse* (1953-56), se emitía en vivo en la cadena ABC.

Las películas dirigidas por Ida Lupino entre los años 1949 y 1953 tenían un presupuesto muy bajo y, a diferencia de los grandes melodramas canónicos de Douglas Sirk y Nicholas Ray, también presentan a personajes femeninos de clases sociales bajas: camareras, secretarías, empleadas de gasolinera, etc., arquetipos que no tenían hueco en el Hollywood de las grandes producciones. En todo caso, su caligrafía cinematográfica está más vinculada, como ya hemos visto, con el realismo del *noir* que con el melodrama: estructuras claustrofóbicas recalcadas con sombras de puertas y ventanas

en interiores, y mucha localización de exteriores para reflejar la huida de las protagonistas³. Scheib (1995: 44), la voz más autorizada en el análisis de la obra de Lupino por el número de artículos que le dedica, resume acertadamente su caracterización: «Sus personajes andan obnubiladas, mutiladas, traumatizadas, desplazadas, vagando sin rumbo de casa en casa por carreteras secundarias de las pequeñas ciudades americanas. Una biografía típica de una heroína (de Lupino) la encuentra ganándose la vida después del colegio, no como una secretaria eficaz o ayudante del jefe, sino como camarera, trabajadora de fábrica o librera, ni glamorosa ni pobre; pero no por auto-satisfacción, independencia o ascenso de escalafón social, sino porque su familia necesita el dinero.»

Sus personajes femeninos soportan la presión social como consecuencia de unos acontecimientos inaceptables para las convenciones morales de una época en la que se las consideraría responsables de su sufrimiento pese a que les haya sido impuesto por otros. Lupino pone el dedo en la llaga de las convenciones sociales y presenta a unas mujeres que asumen las injustas consecuencias de dicha presión y, pese a todos los condicionantes negativos, perseveran en salir adelante en esos finales abiertos característicos de muchos melodramas americanos. Según Thibaud (1986: 19), «Lupino escoge la contención y la elipsis, dejando en el vacío los momentos patéticamente obvios, como el adiós al niño que abandona, el horror cuando el doctor nombra la enfermedad o el descubrimiento de la bigamia por parte de las esposas. Pero también da rienda suelta a la ira, el deseo y la tristeza de sus heroínas. Esta alternancia rítmica peculiar crea un tono incisivo a la vez que introduce un cierto distanciamiento».

Pero este planteamiento resulta claramente insuficiente desde la perspectiva de analistas como Molly Haskell (1973: 188), esposa de Andrew Sarris y una de las pioneras de la crítica feminista, para quien «las películas de Lupino son convencionales, incluso sexistas». La comprensión mostrada por Lupino por los personajes masculinos causantes de las desgracias de sus protagonistas puede ser el motivo principal de este rechazo. La recurrente argumentación de los traumas causados por su participación en la Segunda Guerra Mundial son completados con referencias a la inocencia infantil perdida, como en la escena en la que el violador de *Outrage* destroza un cartel circense donde aparece un payaso de la misma manera en que su víctima, Ann Walton, rompe su foto de primera comunión: los dos se sitúan a un mismo nivel representativo⁴. En suma, otra característica estilística recurrente que justifica la afirmación según Scheib (1995: 46), de que «Lupino es una *auteur* en sentido literal, ya que escribe compartidamente los guiones de la mayoría de sus películas, y no es difi-

³ Curiosamente, en su trayectoria como directora de televisión, Lupino dirigiría tres episodios de la serie *El fugitivo* en la temporada 1963-64.

⁴ A este respecto se puede evocar también la representación del personaje masculino positivo de *Not Wanted*, Drew, que en su edad adulta sigue jugando con su tren eléctrico ante la aprobadora mirada de la protagonista.

cil esquematizar las pautas generales de muchas de sus narrativas: un breve inicio que presenta una vida “normal” continuada; una repentina interrupción traumática de ese flujo; una abrumadora sensación de alienación y desorientación; un breve receso en un refugio comunal; un *reversal* del trauma al asumir activamente lo que inicialmente se vivió pasivamente, y una tentativa de empezar una nueva vida. Así y todo, dentro de esta unidad narrativa y de la aún mayor unidad de estilo, hay exploración y experimentación constantes.»

Habría que reflexionar si se podían abrigar mayores esperanzas con respecto a una transgresión feminista de Ida Lupino contra los valores sociales establecidos, o si el mero hecho de que accediera a una situación profesional reservada exclusivamente para hombres ya suponía un logro que era preferible mantener aún a expensas de hacer concesiones al abrumador engranaje económico-social de la industria cinematográfica. Khun (1995: 5) considera que «sacar la obra de Lupino de su contexto histórico y someterla a unas pautas políticas de una época distinta es algo injusto».

A su vez, la estrategia comercial de publicitar sus películas como perteneciente al género del *exploitation* puede levantar ampollas desde una perspectiva actual (nadie aceptaría ahora una publicidad machista de producciones dirigidas por mujeres), pero también le permitió hacerse en su momento un hueco en el mercado de la exhibición y, quién sabe, quizás arrojar alguna luz para que otras directoras y productoras se incorporaran a la profesión en las décadas siguientes. Cook (1995: 60) afirma que «la sensación de insatisfacción con las películas de Lupino para la compañía The Film-makers expresada por feministas de los setenta y posteriores evidencian un deseo común de recuperar el trabajo pasado de mujeres para servir a los intereses del feminismo actual». Quizás sí los sirviera más de lo que cabría suponer.

Lupino (en Varney 1982: 10), muchos años después, fue muy concluyente al respecto: «La verdad es que pensé que una mujer dirigiendo era una rareza, pero nunca me sentí encabezando una cruzada por una causa.»

BIBLIOGRAFÍA

- Basinger, J. (1993), *A Woman's View, How Hollywood Spoke to Women 1930-1960*, Londres, Wesleyan U. P.
- Cook, P. (1995), «Outrage (1950)», en Kuhn, A. (ed.), *Queen of the 'B's: Ida Lupino Behind the Camera*, Westport, Conn.: Praeger, pp. 57-72.
- Donati, W. (1996), *Ida Lupino: A Biography*, Lexington, Kentucky U. P.
- Haskell, M. (1973), *From Reverence to Rape. The Treatment of Women in Movies*, Nueva York, Holt.
- Johnston, C. (1999), «Women's Cinema as Counter-cinema», en Thornman, S., *Feminist Film Theory: A Reader*, Edinburgh, Edingburgh U. P., pp. 31-40.
- Kuhn, A. (1995), «Introduction: Intestinal Fortitude», en Kuhn, A. (ed.), *op. cit.*, pp. 1-12.
- Scheib, R. (1980), «Ida Lupino: Auteuress», en *Film Comment* 16: 1, pp. 54-64.
- (1995) «Never Fear (1950)», en Kuhn, A. (ed.), *op. cit.*, pp. 40-56.
- Seiter, E. (1995), «The Bigamist (1953)», en Kuhn, A. (ed.), *op. cit.*, pp. 103-117.
- Thibaud, C. (1982), «Un pathétique en creux: Ida Lupino cinéaste» en *Positif* 301, pp. 17-22.
- Varney, G. (1982), «Ida Lupino, director», en *LA Weekly*, 12-18 nov. 1982, pp. 10.
- Waldman, D. (1995), «Never Fear (1949)», en Kuhn, A., *op. cit.*, pp. 13-39.

Producción y teoría

El papel del productor en el proceso de fabricación fílmica

JORGE CLEMENTE MEDIAVILLA

Universidad Complutense de Madrid

En la elaboración de cualquier producto audiovisual debe existir una organización empresarial que lleve a buen término la ejecución de los planes establecidos en tiempo y forma adecuados. Son muchas las personas que intervienen en la realización de una película o programa televisivo, tanto técnicos como actores, los cuales se ocupan de parcelas tan pequeñas como importantes dentro de la estructura organizativa del mismo. En consecuencia, en un grupo tan numeroso como heterogéneo es difícil hacer cumplir el plan de trabajo previsto.

Dicho plan de trabajo ha sido confeccionado en función de una serie de circunstancias tales como sesiones de actores, fechas de rodaje en exteriores, disponibilidad de una localización en particular, tiempo dedicado a la iluminación, etc. Así el ritmo de rodaje impuesto también es diferente si ilumina un director de fotografía u otro, o si el director-realizador es más lento o más rápido a la hora de planificar el rodaje, o si usa más tomas que otro para dar por bueno un plano, o si el productor toma partido en mayor o menor medida. Esta última cuestión es sumamente importante en la consecución del producto cinematográfico, por lo que se hace necesario presentar a la figura en torno a quien gravita, en primera instancia, el peso de la producción cinematográfica: el productor. Para comenzar a delinearla acudiremos a diferentes acepciones de algunos autores. Según la Real Academia de la Lengua, el productor es aquella «persona que, con responsabilidad financiera y comercial, organiza la realización de una obra cinematográfica, discográfica, televisiva, etc., y aporta el capital necesario para ello».

Esta primera definición, con todas las imperfecciones que conlleva por ser demasiado general, ya nos indica dos componentes ineludibles cuando se habla de la figura del productor. Por un lado, existe una responsabilidad financiera y comercial, es decir, el productor debe conseguir el capital suficiente para llevar a cabo la fabricación del producto cinematográfico (aportando fondos propios o encontrando otros métodos que logren todos los recursos necesarios para completar con éxito el proceso de fabricación), y además ha de ser capaz de colocar ese producto en el mercado para su exhibición y visionado por los espectadores; de cómo realiza esa labor en la fase de comercialización depende en gran manera que se lleve a buen término la aventura de crear una producción audiovisual.

De otra parte, la definición de la Real Academia nos aporta el significado de «organizador» de la obra audiovisual, en el sentido de aglutinador de los componentes que conforman la fabricación de la película. Él, como iniciador del proceso de producción, está situado en la cúspide de la pirámide de la organización audiovisual, lo cual representa la máxima responsabilidad en todos los aspectos, desde la misma concepción del proyecto hasta la comercialización del producto ya acabado. Todas sus decisiones tienen una importancia extrema, ya que significan puntos de partida a partir de los cuales van a derivarse todas las ramificaciones que conformarán la organización del proceso de producción audiovisual.

Continuando con las exposiciones de diferentes autores, veamos lo que afirma Michel Chion acerca del oficio del productor:

Lo fascinante del oficio de productor es que obliga a hacer malabarismos entre lo comercial y lo creativo; supone, claro está, una cierta intuición (olfatear el éxito futuro) acompañada por una mentalidad de jugador, incluso para aquellos que se cubren las espaldas al máximo (Chion, 1992: 25).

En las palabras precedentes encontramos ya ciertas peculiaridades en la labor del productor que no existían en la definición anterior. El productor debe guardar un difícil equilibrio entre aquello que le gustaría crear y lo que el público desea consumir: lo que este autor denomina «olfatear el éxito futuro» explica muy gráficamente algo que se convierte en tarea harto difícil para el productor y de la que no existe fórmula exacta para asegurarse el éxito buscado.

Sumarse a las corrientes o ir contra ellas no otorga al productor la seguridad de la consecución del éxito, lo cual le convierte en cierto modo en ese «jugador» del que también habla Chion en su definición. Eso sí, hay que entender esa mentalidad de jugador sólo en el sentido de querer anticiparse a los gustos del público, ya que si extendemos esa acepción a otras áreas en las que participa el productor es muy probable que el fracaso acompañe a los proyectos que intente llevar a cabo.

Efectivamente, si el productor obra de una manera frívola en áreas tan vitales de su trabajo como son el aseguramiento de suficientes fuentes financieras para llevar a cabo

un proyecto o la evaluación realista del coste del futuro filme, caería cuasi irremisiblemente en la catástrofe económica que llevaría consigo un fracaso en la viabilidad final de aquél.

Para apuntalar estas opiniones acudimos a las palabras del profesor Jacoste:

En los desastres económicos cinematográficos encontramos generalmente la existencia de irracional optimismo en la estimación del coste de producción (Jacoste, 1996: 136).

En la elaboración del primer presupuesto interviene el director de producción, quien debe trabajar con ciertas holguras para intentar minimizar las acciones imprevistas que pudieran ocurrir durante la fabricación del producto. Pero quien finalmente aprueba esas cantidades presupuestadas es el productor, ya que es él quien conoce los ingresos provenientes de las diferentes fuentes financieras que van a decidir la viabilidad del proyecto. Por ello una actuación excesivamente alegre u optimista del productor a la hora de tomar la decisión de seguir adelante o retirarse puede llevar al desastre final del proyecto.

Cualquiera que se considerara profesional de la producción no ponía en marcha un proyecto sin contar con la aquiescencia o beneplácito del distribuidor, de tal manera que su acción era tan importante o relevante que sin él no salía adelante prácticamente ninguna película, salvo para el caso de los excéntricos, los loquitos o simplemente los que actuaban fuera de los esquemas habituales, que en aquel tiempo eran una minoría (Jacoste, 2002: 3).

La seguridad del productor al conseguir un distribuidor para su proyecto le otorga, sobre todo, la tranquilidad de lograr una salida digna a su producto (que más adelante pueda propiciar ingresos provenientes de otras fuentes financieras), y además obtener recursos que ayuden a financiar la comercialización del mismo. Fuera de esas premisas, la actuación del productor entraría en el terreno de la especulación, del riesgo innecesario que podría desembocar, como en el caso anterior, en el desastre del proyecto.

Una vez que hemos determinado las salvedades de esa faceta de «jugador» que debe poseer un productor, podemos remarcar esa mentalidad en palabras de José Jacoste, que habla así de uno de los aspectos de la figura del productor cinematográfico:

Constituye una ineludible labor del productor cinematográfico, cualquiera que sea su situación concreta respecto a la estructura económica donde desenvuelve su actividad como a la forma en la que se ejercita, detectar la reacción del gran público, al que consustancialmente se dirige el producto cinematográfico (Jacoste, 1996: 13).

En este caso también se alude a la capacidad del productor para descubrir, localizar, determinar los gustos del público, y de ese modo poder afrontar de una manera eficaz la resolución del problema económico inherente a toda producción cinematográfica: la recuperación de la inversión necesaria para la fabricación del producto.

A este respecto, el francés Marc Goldstaub efectúa la siguiente aportación:

En règle générale, le producteur est l'initiateur du film. Il s'intéresse à un sujet, livre ou idée originale, il prend une option ou achète les droits, s'il agit d'une oeuvre préexistante, recherche les auteurs, adaptateurs, dialoguistes, le metteur en scène, éventuellement le ou les comédiens principaux qu'il juge susceptibles de répondre aux besoins artistiques du futur film et qui l'aideront à réunir plus facilement le financement nécessaire à la production, le nom de certaines vedettes rassurant en effet les investisseurs. Il s'assure alors le concours d'un directeur de production (Goldstaub, 1987: 11).

Para este autor el productor es el promotor de la película, tanto si trabaja a partir de una obra preexistente como si lo hace desde una idea propia. Además, es quien se encarga de reunir los elementos necesarios para concluir el filme: guionista, realizador y actores protagonistas, que le ayuden del mejor modo a reunir la financiación necesaria; por último, contratar un director de producción, para ejecutar las labores más técnicas que puede desconocer el productor, pero cuya información será necesaria para poder decidir si continúa o abandona a tiempo el proyecto en el que se ha embarcado.

Además de todo lo referido hasta ahora, habría que añadir que sobre el productor recae la responsabilidad legal del producto, ya que tiene la titularidad absoluta sobre la obra. Según la vigente Ley de Propiedad Intelectual:

Se entiende por productor de una grabación audiovisual la persona natural o jurídica que tenga la iniciativa y asuma la responsabilidad de la fijación de un plano o secuencia de imágenes, con o sin sonido, sean o no creaciones susceptibles de ser calificadas como obras audiovisuales (Real Decreto Legislativo 1/1996, artículo 112, punto 2).

Por este motivo, sería absolutamente congruente que el productor ostentara la última decisión en lo referente al montaje o edición del producto, tal y como afirma la Federación Internacional de Asociaciones de Productores de Filmes (FIAPF), que recomienda la actuación beligerante del productor:

El productor posee el derecho a decidir, en última instancia, frente a sus colaboradores... (*Reglas esenciales de la industria y comercio cinematográfico, punto 3*).

Incidiendo en este aspecto, José Jacoste afirma lo siguiente:

El productor será quien deba poner, en su momento, orden en el caos originado por los intereses profesionales contrapuestos, dada su peculiar situación y óptica, y cuya función podemos sintetizar diciendo que, al encontrarse investido de la máxima autoridad, tiene derecho a decir la última palabra (Jacoste, 1996: 14).

Efectivamente, esos intereses contrapuestos a los que se refiere este autor son bastante comunes en las producciones audiovisuales, en general, y cinematográficas, en par-

ricular. El aura de creador artístico que algunos creen poseer puede llevar al productor a utilizar esa potestad de la que está investido a la hora de decidir en última instancia cómo queda finalizada la película, de la cual va a ser responsable ante la ley, tal y como se enunciaba en la legislación sobre propiedad intelectual.

Hasta este momento hemos abundado en diferentes aspectos de la figura del productor, los cuales tienen mucho de cierto aunque son incompletos. Intentar definir en tan poco espacio lo que significa esta figura indispensable en el terreno que nos ocupa es una tarea harto difícil, ya que ello significaría un análisis con mayor profundidad al cual dedicar un trabajo mucho más extenso del que estamos abordando.

Sin embargo, de entre todas estas diferentes acepciones pueden entresacarse los rasgos fundamentales de la personalidad del productor cinematográfico, que debería ser una persona especialmente dotada para la búsqueda del equilibrio perfecto entre lo creativo y lo comercial —intuyendo la reacción del gran público—, que tuviera la iniciativa, recopilando los recursos necesarios, asumiendo las responsabilidades que le marca la ley e imponiendo la autoridad que le confiere su posición, y que ejerciese su derecho de decisión cuando así fuera necesario; además, ha de poseer una gran capacidad de negociación, una «mano izquierda» especialmente dotada para el desenvolvimiento con soltura ante todo lo que ocurre frente a él.

De este modo, y volviendo en este punto al comienzo del discurso por todas las razones antes expuestas, el productor ocupa la cúspide de la organización implicada en el proceso productivo y, por tanto, es el máximo responsable del producto final.

Si nos centramos en nuestro entorno más próximo, la figura del productor ha sido históricamente olvidada, cuando no maltratada. La semblanza más gratuita, fruto de una gran ignorancia por parte de dichos enjuiciadores, ha llevado a la creencia en muchos sectores de la sociedad de entender al productor como aquel que sólo se preocupa por el dinero, tanto de buscarlo como de gastar lo menos posible. Sólo un acercamiento de soslayo a dicha figura puede llevar a esa concepción tan simplista como inexacta.

Si bien es cierto que por estas latitudes la figura del productor no tiene el mismo semblante que en Norteamérica (sobre todo en lo que a la faceta creativa se refiere), tampoco hay que exagerar cuando se llevan sus funciones al lado totalmente opuesto. En España el productor cinematográfico es el aglutinante de todos los factores de producción que intervienen en la fabricación de la película, y como tal depende en gran modo de sus decisiones el resultado final del producto; desde la elección de la materia prima (el guión o la obra preexistente), pasando por la elección del alto equipo técnico-artístico, la ejecución del plan de trabajo que dará como fruto el presupuesto —a través del trabajo del director de producción— y terminando con la resolución favorable del denominado problema económico-financiero, todas ellas se convierten en decisiones cruciales tomadas en los primeros momentos, que afectarán en gran manera al producto final.

Por consiguiente, el protagonista de la primera fase del proceso productivo –el desarrollo del proyecto o preproducción– queda claro que es el productor, debido a la gran cantidad de trabajo que absorbe en esos momentos, para luego ceder el testigo a otros, como son el director y el director de producción, responsables de la ejecución material de los planteamientos del productor. En palabras de José Jacoste, el productor será el hombre de QUÉ hacer mientras que los otros dos serán los encargados del CÓMO hacer, cada uno en su parcela: el director en la zona artística y el director de producción en la organizativa.

El protagonismo claro del productor de esta primera fase de preproducción pasa a un segundo plano al llegar a la segunda fase, de preparación de rodaje, una vez se ha solucionado favorablemente el problema económico-financiero por parte del productor. Es el director de producción el que sin duda articula en mayor medida el desarrollo de los acontecimientos en esta segunda fase de la elaboración del producto cinematográfico, ya que debe organizar todos los recursos necesarios para llevar a cabo el rodaje de los planos que van a formar parte de la futura película. Para ello debe elaborar un calendario de pagos conjugando el plan de trabajo previsto y el presupuesto; realizar las pertinentes contrataciones de técnicos y actores; organizar el viaje a las localizaciones y las pruebas de rodaje necesarias, así como los ensayos y las reuniones periódicas del alto equipo técnico.

En la posterior fase de rodaje es el director el que lleva el peso de la ejecución del trabajo, siendo el máximo protagonista de la misma, encargándose fundamentalmente de la planificación de los movimientos de cámara, la dirección de la interpretación artística, así como de la puesta en escena, dando por bueno cada plano que conformará el producto película. En este momento el productor puede y debe efectuar el control del trabajo de rodaje mediante el oportuno visionado diario del material rodado jornada a jornada, verificando que el director sigue las pautas acordadas en primera instancia entre ambos a la hora de plasmar en imágenes el guión.

En la siguiente fase, la de terminación o finalización, el director continúa siendo protagonista, supervisando el trabajo realizado por el montador de imagen –durante la fase anterior– y el de sonido, y afinándolo en su caso. El productor sigue en la retaguardia, pero atento al desarrollo del trabajo de montaje y sonorización, ejerciendo un sutil control del mismo mediante el visionado parcial del montaje, y al final del proceso, enjuiciando si la película «pasa bien», colocándose en el lugar del espectador, algo que difícilmente puede hacer un director, ya que ha sido el «creador artístico» del producto y la subjetividad está muy presente en sus valoraciones. Es el productor, por tanto, el que debe aconsejar al director si en algún momento la película decae en su interés para el espectador, planteamiento no siempre bien recibido por los directores en nuestro país, que consideran las referidas apreciaciones como una intromisión en el trabajo de dirección. Esto no es así en Estados Unidos, donde el productor tiene voz y voto y su trabajo en esta fase es considerado como fundamental para el

resultado final del proceso productivo. Además, allí es habitual realizar las denominadas *previews*, es decir, los pases de la película antes de su estreno comercial, con el fin de detectar los posibles errores y lagunas en el entendimiento por parte del espectador de lo que realmente se quería decir en el filme.

Una vez que el producto cinematográfico ha sido elaborado, vuelve a la primera línea el trabajo del productor, que debe esforzarse al máximo en la comercialización de la película, entablando un diálogo con el distribuidor que le permita obtener los mejores resultados en las salas de exhibición, buscando las mejores plazas en los principales cines. Este trabajo de búsqueda de distribución no debe realizarse con el producto acabado, sino todo lo contrario, ya que el productor ha de asegurarse la salida digna del futuro producto cuanto antes, para así comenzar a solucionar el problema económico inherente al riesgo empresarial de producción, es decir, la recuperación del capital invertido. La consecución de un distribuidor en las primeras fases de la elaboración del producto película debe ser el norte del trabajo del productor, quien no debería esperar a la obtención de la copia estándar para comenzar la mencionada búsqueda. Muchas veces este trabajo se convierte en una especie de «misión imposible», y cuando se consigue el beneplácito del distribuidor las condiciones no son las mejores para el productor, puesto que el que está situado en posición más fuerte es aquél, que negocia sus porcentajes al alza, obligando al productor *de facto* a aceptarlas sin más, ya que de otro modo el distribuidor obtendría rápidamente otra película que sí admitiría tales requisitos porcentuales. En otras palabras, los tiempos en que los adelantos garantizados de distribución eran tales han pasado a mejor vida, y en la actualidad sólo un puñado de proyectos obtiene las condiciones óptimas, mientras que el resto debe acoplarse a las directrices marcadas por la distribución, puesto que tiene el control del mercado de exhibición. Hoy es difícil constatar en un contrato de distribución para una película española la referida cláusula de adelanto de distribución para gastos de publicidad y copias de explotación; más aún si nos referimos al carácter «garantizado» que antaño sí tenía sentido (el productor no tenía que devolver el dinero adelantado al distribuidor si no existía recaudación suficiente), que en la actualidad casi ha desaparecido por completo, minimizándose así el riesgo para el distribuidor y aumentando proporcionalmente para el productor.

Todo ello lleva en muchas ocasiones a que la película se termine y no pueda exhibirse, acabando sus días en algún lugar apartado esperando su turno, y cuando éste llega el tiempo que permanece en cartel es absolutamente insuficiente para recuperar siquiera un pequeño porcentaje de la inversión realizada¹.

¹ En 2006 (datos hasta el 30 de noviembre), sólo 19 películas españolas del más del centenar producidas superaron el millón de euros de recaudación. Teniendo en cuenta el coste medio de la película española –que se sitúa en torno a los dos millones y medio de euros– y que aproximadamente sólo llega al productor el 25% de la taquilla, es una tarea harto difícil amortizar una película en nuestro mercado.

Por ello, el productor no debe pensar sólo en la exhibición en salas, que si bien se considera como el escaparate de su producto, no va a solucionar el problema de la recuperación de la inversión; ha de plantearse otros medios que se sumen a la recaudación en salas, a través de la comercialización de productos relacionados con el filme (*merchandising*), las ventas internacionales, las preventas de derechos televisivos, el emplatamiento de productos (*product placement*) y las ayudas de la Administración, entre otras, que pueden servir tanto de fuentes financieras como de formas de recuperación de la inversión realizada, dependiendo de cuándo lleguen esos ingresos a las arcas de productor.

En este sentido, el productor que obre dentro de la más estricta racionalidad deberá realizar un cálculo de las expectativas de ingresos que, por todos los conceptos, pudiera obtener en un futuro. Obviamente, este cálculo debería realizarse de la forma más realista posible, olvidándose de posibilidades remotas que podrían llegar de una forma accidental. De este modo, una vez valoradas las referidas expectativas dinerarias, el productor racional habría de plantearse seriamente si puede continuar con el proyecto –si es viable– o si, por el contrario, hay que replantearlo o abandonarlo temporalmente: seguramente es mucho más inteligente una retirada a tiempo que arriesgarse a un final desastroso.

El productor, por tanto, debe poner-imponer racionalidad a las posibles presiones externas –sobre todo del director– que ante todo desean ver el proyecto en marcha. En este momento recordaremos una afirmación, tan manida como sólida, con la cual Libero Solaroli comienza su libro *Cómo se organiza un film*, y con la que comulgamos por completo: «Sólo existe una forma de realizar un film: la racional» (Solaroli, 1972: 15).

A modo de corolario de esta exposición podría afirmarse que el oficio de productor cinematográfico en nuestro país tiene un altísimo riesgo, que difícilmente se compensa con los resultados económicos en la taquilla ni con las ayudas otorgadas por las Administraciones (central y autonómicas), y que, por tanto, resulta muy difícil crear un caldo de cultivo ideal para la formación de profesionales de la producción que se dediquen a un negocio más que ruinoso para la inmensa mayoría, y que requiere un esfuerzo sobrehumano para llevar a efecto ese sueño que todo productor tiene de comunicar mensajes a los espectadores.

BIBLIOGRAFÍA

- Chion, M. (1992), *El cine y sus oficios*, Madrid, Cátedra.
- Goldstaub, M. (1987), *La direction de production*, París, ed. Fondation Européenne des Métiers de l'Image et du Son.
- Jacoste, J. G. (1996), *El productor cinematográfico*, Madrid, Síntesis.

Los nombres del productor

RAMIRO GÓMEZ B. DE CASTRO
Universidad Complutense de Madrid

359

Lo fascinante del oficio de productor es que obliga a hacer malabarismos entre lo comercial y lo creativo; supone, claro está, una cierta intuición (olfatear el éxito futuro) acompañada por una mentalidad de jugador. Incluso para aquellos que se cubren las espaldas al máximo. Además a veces necesita también un auténtico talento de mago o de ilusionista, capaz de generar un dinero que no existe mientras se va rodando la película.

Por mucho que el productor pretenda encarnar con orgullo esta asociación única –el negocio ligado al sueño, las finanzas poéticas–, también tiene sus altibajos. También él, como todo el mundo, querría ser reconocido y sufre al tener que quedarse en la sombra de aquello a cuyo nacimiento ha contribuido.

Michel Chion¹

EL EMPRESARIO AUDIOVISUAL

El punto básico de partida del productor, nombre que recoge y condensa la iniciativa de la actividad cinematográfica, está todavía confuso, porque, si bien productores podemos considerar a los mismísimos hermanos Lumière en Francia, al inventor Edison en Norteamérica o, por usar un cercano ejemplo hispánico, a los Jimeno –independientemente de si eran centenarios en esto del cine en 1896 o 97–, existen claros datos para considerar que durante el tiempo en que realizaron películas cinematográficas nunca se consolidaron como tales, abandonando, por intereses y causas diversas, un camino que les hubiera llevado tal vez a la ruina o tal vez al éxito. De los leves ejemplos que hago constar, tan sólo uno de ellos, Edison, se acerca de algún modo a la profesión de productor, que queda eclipsada por una actividad muy superior en esfuerzo como fue la de consolidar un *trust* que controlase económicamente la totalidad de la iniciativa cinematográfica en la nación norteamericana. Fallecida la consolidación por causas legales principalmente –la Ley Sherman, *antitrust*–, desaparecen también las poderosas y peligrosas empresas que licencian desde la Costa Este el uso de aparatos mecánicos para la imagen en movimiento y se consolidan las posibilida-

¹ Chion, M., *El cine y sus oficios*, Cátedra, Madrid, 1991, p. 25.

des para todo tipo de aventureros y profesionales, que han encontrado en el Oeste no sólo un refugio, sino también un magnífico asentamiento. Pero no están solos, porque aunque cesen las hostilidades por parte de los matones del *trust*, seguirá siendo desde las mismas bases de éste desde donde se apoyen económicamente las iniciativas de los creadores. Frente a retos técnicos y narrativos nace no sólo una diversificación profesional, sino también empresarial. Por lo tanto, son diferentes los aspectos que engloban o pueden identificarse con el concepto empresario de la imagen desde entonces. En una primera instancia, sin marcar límites globales, cualquier gestor o factor económico dedicado a una empresa del sector comunicación social podría ser tratado como tal. En esta aproximación hago solamente una primera consideración acercándome al ámbito de origen. Es decir, al sector creador de la imagen, la industria de producción de películas. Desde este punto de vista, la palabra que sin duda mejor se relaciona con él es la de productor.

El productor es un empresario audiovisual independientemente de la fórmula jurídica que adopte para crear su empresa.

Motor de toda la industria, por muy compleja que ésta sea, hasta el punto de que todo pionero del desarrollo de nuevos conceptos de creación empresarial de la industria audiovisual puede tener referencia con el clásico productor cinematográfico.

El sentido de la palabra *productor* es un genérico que agrupa diversas denominaciones, englobadas en una «etiqueta» polisémica. De igual modo que no es lo mismo un productor norteamericano que otro europeo, es diferente un productor de pequeña empresa y producción accidental que otro de gran empresa y fabricación simultánea de obras audiovisuales. Ello sin contar con que, incluso homogeneizando mercados y sistemas, no es lo mismo un productor de Hollywood de 1927 que otro de 2007.

Históricamente, el ejercicio de la producción ha tenido el carácter de la libertad. Quien ha querido, y podido, no ha tenido otro revés que el económico para dedicarse a ello, con la única limitación de su sabiduría empresarial, dentro de los márgenes de una industria *sui generis*² y las posibilidades para la obtención del dinero o la financiación de la obra cinematográfica.

No existe legislación alguna en ningún país de tradición cinematográfica desarrollada que limite la operatividad de un productor, salvo las correspondientes a censura (cada vez en menos países) o movimientos de capitales extranjeros, importación-exportación y coproducciones internacionales.

¿Qué es, sin embargo, un productor? ¿Qué hace un productor?

Es muchas cosas. Un empresario y un organizador, cada vez más «europeizado», en el sentido más progresista del término. Una persona cada vez con mayor capacitación

² En la acepción empleada por Cuevas, A., «Los principios económicos de la industria y el comercio cinematográficos», en *Economía cinematográfica*, Imaginógrafo/EGEDA, Madrid 1999, pp. 43-48.

profesional, capaz de organizar y animar a un grupo y de coordinar los factores que afectan al proceso de realización, con un alto grado de intuición, perspectiva, sentido de riesgo y «muchísimo» sentido común.

Pero naturalmente estamos en el campo de las buenas intenciones y de los modelos, de las declaraciones de principios, e incluso de los tópicos donde el más común y pre-establecido nos llevaría a imaginar la figura del productor como la de un orondo caballero que maneja muy bien el cigarro habano, las morenas, las rubias y el dinero (de otros). Esto puede ser un productor. Pero no identifiquemos al todo por una parte. Lo cierto es que la palabra productor encierra un marcado carácter multiinterpretativo, pues muchas son sus acepciones y particularidades, que atienden en todo caso las peculiaridades de una industria especial.

DENOMINACIONES JURÍDICAS

En nuestro ordenamiento jurídico, analizándolo desde una perspectiva de los últimos treinta años, la primera valoración jurídica importante se produce en la Ley 17/1966, de 31 de mayo, sobre derechos de propiedad intelectual en las obras cinematográficas, en la que se expone: «Art. 1.º El ejercicio exclusivo de los derechos de explotación económica de la obra cinematográfica corresponde al productor o a sus cesionarios o causahabientes (...) se entiende por productor de la obra cinematográfica la persona natural o jurídica que tenga la iniciativa y asuma la responsabilidad de la realización de aquella. Se presume como tal el titular del permiso de rodaje»³.

Con la reforma de este cuerpo jurídico (que a su vez descansaba en la vetusta Ley de Propiedad Intelectual de 1879)⁴ en 1987 (Ley de Propiedad Intelectual 22/1987 de 11 de noviembre), queda señalado en el título III «De los productores de grabaciones audiovisuales», en el artículo 112: «Se entiende por productor de una grabación audiovisual la persona natural o jurídica que tenga la iniciativa y asuma la responsabilidad de la fijación de un plano o secuencia de imágenes, con o sin sonido, sean o no creaciones susceptibles de ser calificadas como obras audiovisuales.» «El productor gozará respecto de sus grabaciones audiovisuales del derecho de autorizar su reproducción, distribución y comunicación pública» (art. 113).

³ Desde 1977 (RD 3071/1977, de 11 de noviembre) no existe el «permiso de rodaje», siendo el único requisito que exige el Ministerio de Cultura la «notificación» del inicio de rodaje con quince días de antelación, hasta 1984 comunicada ante la Dirección General de Cinematografía y posteriormente ante el Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales.

⁴ Ley de Propiedad Intelectual de 10 de enero de 1879, bajo el reinado de Alfonso XII, con un reglamento de 3 de septiembre de 1880. Antes del texto sobre propiedad intelectual cinematográfica de 1966, también afectaba a las relaciones contractuales cinematográficas el Estatuto de Propiedad Industrial de 30 de abril de 1930.

La acepción es tan acertada que no se ha visto modificada por ninguna de las diversas reformas a la que se ha visto sometida esta Ley, las más importantes de 1996 y 2006⁵, si bien cambian las numeraciones de su articulado y las pautas de reproducción del mencionado artículo 113, se recomponen: «Corresponde al productor de la primera fijación de una grabación audiovisual el derecho exclusivo de autorizar la reproducción, directa o indirecta, del original y de las copias de la misma»⁶.

Queda, por lo tanto, por ahora, como última, actual y vigente definición legal de productor. Tuvo ésta, por extensión, sus interpretaciones en las legislaciones cinematográficas del Ministerio de Cultura, como en el Real Decreto 1282/1989, de 28 de agosto, de ayudas a la cinematografía. Allí, en el artículo 1.7, el productor era definido tal que: «El empresario privado que tenga la iniciativa y asuma la responsabilidad económica de la realización de la película y sea titular de los derechos de proyección o exhibición pública de la misma, sin perjuicio en todo caso de los derechos que puedan reservarse a los autores.»

Definición muy cercana a nuestro diccionario de la Real Academia: «El que, con responsabilidad financiera y comercial, organiza la realización de una obra cinematográfica y aporta el capital necesario.»

Otros matices temporales han incorporado nuevas acepciones. Así el grave problema generado por la participación directa o indirecta de las televisiones en la financiación y producción de películas españolas con derecho a subvención es el responsable de que desde la Federación de Productores (FAPAE) se promueva la inclusión en la legislación de un matiz en la interpretación de los «nombres» del productor. Se incorpora al Real Decreto 526/2002, de 14 de junio⁷, la definición de *productor independiente*: «la persona física o jurídica que no sea objeto de influencia dominante por parte de las entidades de radiodifusión televisiva por razones de propiedad, participación financiera o de las normas que le rigen, conforme al criterio señalado en el artículo 3, párrafo g), de la Ley 25/1994, de 12 de julio, modificada por la Ley 22/1999, de 7 de junio, y la Ley 15/2001, de 9 de julio, de Fomento y Promoción de la Cinematografía y el Sector Audiovisual» (Artículo 2.5)⁸.

⁵ La última la Ley 23/2006, de 7 de julio, por la que se modifica el texto refundido de la LPI, aprobado por el RDL 1/1996, de 12 de abril.

⁶ Artículo 121 del texto refundido de 1996.

⁷ BOE del 28 de junio de 2002.

⁸ En estos momentos y para la nueva Ley de cine que prepara el actual gobierno vuelve a introducirse esta acepción, nuevamente ajena a catalogaciones intelectuales o críticas, con los consiguientes enfrentamientos dialécticos entre productores y empresarios y directivos de televisiones. Puede verse una aportación de éstos en el artículo de opinión de Mauricio Carlotti, consejero delegado de Antena 3 TV, «Necesitamos una verdadera industria del cine en España» en *El Mundo*, Madrid, 25 de enero de 2007. Desde el primer momento las bases presentadas por la ministra de Cultura para la nueva Ley de Cine han traído cierto encono en las posiciones de algunos de los sectores implicados; tal sería el caso de la Federación de Productores FAPAE y la Unión de Televisiones Comerciales

Hasta aquí tenemos definiciones casi perfectas, pero sin ningún contraste. Ya que cuando las cotejamos podríamos preguntarnos, por ejemplo, hasta dónde «organiza» un productor y si el capital aportado puede proceder de fondos propios o ajenos y si el industrial que asume las cargas lo hace a título personal o como intermediario. Pero para ello hay que entrar en el estudio de otros matices.

LAS PROFESIONES DEL PRODUCTOR

Primero es necesario manifestar que el productor es el motor esencial de la industria cinematográfica, tan necesario como rechazable según nos situemos en uno u otro lado de los dogmatismos al uso⁹. Sin embargo, en nuestra defensa diremos que cuando las funciones del productor han sido invadidas arbitrariamente, las industrias se han resentido profundamente. España ha sufrido un proceso de concentración de poderes director-productor, más como producto de moda —entre 1983 y 1990— con resultados discretos y, en algunos casos, rechazables¹⁰.

La producción, en abstracto, como trabajo de un equipo o cometido ejecutivo está entendida siempre como algo que cubre los aspectos económicos: «la persona o el conjunto de personas que asumen la responsabilidad de reunir los fondos necesarios para la financiación de una película y los de llevarla a su explotación comercial»¹¹ o de su organización específica: «La producción establece una estrategia práctica de la filmación, basada en las necesidades de la película y las posibilidades económicas disponibles»¹². Más lejos va Miguel Ángel Martín Proharam, en su técnica definición global de los productores. Así acerca del productor-inversor dice que: «tiene que manejar unos medios empleando el mismo sistema organizativo: su mente funciona

Asociadas UTECA. Ésta última hacía público, el 11 de enero pasado, un duro comunicado en el que criticaba la intención ministerial de incrementar la obligatoriedad de inversiones en la producción de cine por parte de las televisiones del 5 al 6%. Por su parte, FAPAE emitió un texto lamentando la posición de su antagonista y pidiendo una propuesta conjunta de productores y televisiones ante la Administración.

⁹ En ese ámbito es bastante significativa la «carta al director» escrita por el productor Pedro Costa, reproducida en la sección correspondiente del diario *El País* de Madrid, el 10 de julio de 1995, en la que lamentaba que se ignorase el nombre de los productores en un artículo de Rocío García con el significativo título «Las 42 películas del cine español», publicado el 2 de julio del mismo año. Cuestionando claramente con su pregunta «¿Es justo que se considere autor al director de fotografía y no al productor?».

¹⁰ En declaraciones a Diego Muñoz (*El País*, jueves 22 de octubre de 1992), Juan Miguel Lamet, director general del ICAA, consideraba como uno de los errores de la legislación de 1984 «la desaparición de la figura del productor por la del director-productor, que es mucho más frágil.» (Cfr. Gómez B. de Castro, R., *Evolución de la producción cinematográfica española*, Universidad Complutense, Madrid, 1989, pp. 341-362.)

¹¹ Agel, H., *Manual de iniciación cinematográfica*, citado por Romero Gualda, M.^a Victoria, *Vocabulario de cine y televisión*, EUNSA, Pamplona, 1977, p. 35. Esta autora también cita a Jean Mitry y su *Diccionario del cine*, donde se refiere al productor como «industrial que asume las cargas financieras de una película».

¹² Feldman, S., *Realización cinematográfica*, GEDISA, Barcelona, 1979, p. 20.

siempre igual, analizando, valorando y decidiendo dónde invertir el dinero, de suerte que (...) la utilidad marginal de la última peseta invertida sea igual en cada una de las distintas direcciones del gasto». Con respecto a sus cualidades profesionales abundará Proharam, relacionándolo de este modo: «su actividad se extiende desde el campo financiero hasta el técnico; puede ser el financiador del film o el representante de un grupo financiero; una persona particularmente experta, a la cual una empresa confía la organización de uno o más films o programas de radio y televisión»¹³.

Dentro del ámbito nacional, el jurista Pedro Ismael Medina, profesor del Instituto de Investigaciones y Experiencias Cinematográficas (IIEC), en temprana como novedosa obra jurídica cinematográfica resumía en cuatro apartados las gestiones del productor:

- a) Es el hombre de negocios: reúne y hace la aportación de capitales. Como jefe de una empresa, es responsable de la misma; contrata también con los distintos coautores y demás personas que intervienen en la producción.
- b) Concibe y crea la película, desarrollando todas las actividades indispensables para que se exteriorice; en este sentido cumple una actividad artística e intelectual.
- c) Hace, de acuerdo con el director, el «reparto» de los papeles de la obra, función que el art. 84 de nuestro vigente Reglamento de Propiedad Intelectual otorga siempre, como un derecho, al autor.
- d) Realiza una función total e íntima, que hace indispensable su presencia, y sin ella imposible la creación de la película¹⁴.

Fue ésta una obra en la que se introducía la cuestión autoral en relación con el productor, caballo de batalla sólo resuelto hasta ahora en cuanto a cuestiones derivativas: el productor, en tanto que cesionario de los propietarios de la obra, explota derechos cedidos, pero no es titular por su participación en el desarrollo de la obra colectiva posterior, sino por su posición contractual. En ella, además de intentar sentar bases intelectuales para la incorporación de la figura del productor al elenco de autores¹⁵ —del mismo modo que en la actualidad tanto directores de fotografía como decoradores reivindican incorporarse solidariamente al actual trío autoral¹⁶—, explica las

¹³ Martín Proharam, M. A., *La organización de la producción en el cine y la TV*, Forja, Madrid, 1985, pp. 18-19.

¹⁴ Medina Pérez, P. I., *Los contratos cinematográficos*, Dirección General de Cine y Teatro, Madrid, 1952, pp. 71-72.

¹⁵ Medina se hace la pregunta: «El productor, ¿puede y debe considerarse incluido entre los creadores de la película?». Contestándose en cuanto a su exclusión como «discutible», es decir, dando por hecho la misma en razón de la legislación vigente, y apoyando la inclusión de autoría sobre diversas bases y teorías de la intervención del productor como «el que organiza un trabajo técnico, industrial y artístico concerniente a la realización material e intelectual de una obra» (*op. cit.*, pp. 70-71). Según la vigente LPI, los autores de la obra audiovisual son el director, el músico y el guionista.

¹⁶ Los primeros a través de la Asociación Española de Autores de Obras Fotográficas Cinematográficas, AEC, fundada en 1992. Y los segundos desde la Asociación Profesional de Directores de Arte de Cine y Televisión, creada en 1990.

posiciones legales contractuales del productor y los derechos de autor: «La obra cinematográfica es el resultado del trabajo intelectual y material de muchas personas, cuyas actividades se organizan según las directrices dictadas por una o varias. Aparece así la noción de dirección o control, que corresponde a las casas productoras, las cuales, de otro lado, son titulares de un patrimonio propio y crean una serie de relaciones materiales que evidentemente tienen un valor económico; montan una gran industria y obtienen de la película virgen un producto elaborado que recoge las escenas y conjuntamente el sonido.

»Todas las actividades están recogidas por el elemento espiritual de la organización¹⁷. Una sola mano organiza y dirige tomando sobre sí los riesgos inherentes a toda explotación, proponiéndose especular para obtener lucro. Estamos, pues, ante una empresa, y habiendo empresa los actos son comerciales»¹⁸.

El cine, y después la televisión, introdujeron voces nuevas que hasta aquel momento no tenían significados ni referentes. Así «productor» es ahora más que nunca perteneciente al léxico de los medios de comunicación, por encima de cualquier otra acepción. La variedad de sus funciones y tipos de productores es lo que más fascina a quien intenta adentrarse en los vericuetos de esta investigación.

Resultará ilustrativo sentar las bases sobre nuestra palabra «productor» y si sobre ésta designa «oficio» o «cualidad empresarial», diferenciando cometidos profesionales dentro de cada medio de comunicación. En discografía un productor es más un realizador que diseña el sonido de una grabación y su posterior mezcla que dará como consecuencia un disco. Se asemeja más a un realizador de televisión. La inversión económica para la producción del disco correrá a cargo de una industria fonográfica: ¿Son ellos los productores? Con terminología cinematográfica, sí, pero la acepción para este trabajo es el de una empresa editora. Esto abre muchos interrogantes acerca de quién toma la decisión de producir un disco, pero tal discusión nos alejaría de nuestro tema central.

Ya centrados en la producción audiovisual, cine y televisión, encontramos términos y cometidos similares con variaciones a causa únicamente de las diferencias estructurales de cada industria. Los productores de cine y TV, están separados por matices de denominación. El «productor» de un programa de TV es el equivalente a un «director o jefe de producción» cinematográfico y el «jefe de unidad de producción» (en TVE) podría asemejarse al «productor ejecutivo» cinematográfico. ¿Por qué entonces llamar *productor* a un encargado de aunar necesidades de realización con un trabajo pura-

¹⁷ La nota al pie que el autor de este texto coloca aquí puede ser ilustrativa e interesante para los especialistas en el derecho audiovisual, por lo que no pierdo la oportunidad de reproducirla ahora: «(20) Sentencias, Tribunal Supremo, 13 de marzo de 1943 y 13 de enero de 1944. Cfr. Garrigues, Curso de Derecho Mercantil, t. I, p. 439, y Tratado, t. 5, vol. 1.º, n.ºs 123-124, pp. 233-4.»

¹⁸ Medina Pérez (*op. cit.*), pp. 162-163.

mente organizativo sin espacio apenas para la más alta decisión? Es naturalmente otra incorporación a las acepciones del término, que se ha de explicar para evitar los errores de interpretación.

Es fundamental entender que dentro del cine hay una variedad terminológica, según la nacionalidad de la industria en la que se trabaje. En Estados Unidos los productores, hecha la comparación con Europa, están sometidos a otros métodos de trabajo y cometidos bien diferenciados, con amplia movilidad a lo largo del tiempo y conforme a las variaciones de las estructuras de producción de los grandes estudios de Hollywood.

Los primeros productores, surgidos de la emigración y la nada, se convirtieron en poderosos magnates que decidían de forma personalísima la dirección de sus estudios, con fórmulas de producción simultánea y contrataciones fijas y exclusivas. Crearon un sistema de producción hoy prácticamente desaparecido, salvo determinados aspectos comparables con situaciones de la industria televisiva actual. El clima mágico que se desarrolla en torno a todos aquellos nombres (Cohn, Goldwyn, Laemmle, Lasky, Mayer, Selznick, Schulberg, Thalberg, Zuckor) contribuye a deificar el cometido de un productor.

De forma clásica, Hollywood entendía, y casi lo sigue entendiendo todavía hoy, por «productor ejecutivo» a aquel directivo de los estudios que siendo un alto cargo de la administración de la compañía, tenía el cometido de supervisar y controlar el proceso de producción de la totalidad o parte de las producciones. Junto a él el *producer*, que se dedica únicamente a un determinado film en todo lo relacionado a su organización y estructura, llegando a decidir el montaje definitivo de la película (el cometido de los directores, si no eran a la vez productores, finalizaba una vez concluido el rodaje). También podríamos encontrarnos con un «productor asociado», asociación que afecta al trabajo y no a la inversión de capitales como podría ser entendido en Europa por traducción literal. En este caso estaríamos hablando de la mano derecha de un productor, que tendría su origen en los «supervisores de producción» que los grandes estudios incorporaron en el entreperiodo del mudo al sonoro¹⁹.

Dentro de la terminología europea hay diversas interpretaciones según estemos en Francia, Italia o España, por ejemplo. Los franceses pueden utilizar la denominación

¹⁹ Selznick sostenía que el sistema de los estudios estaba equivocado en sus métodos de trabajo y que ninguna persona podía atender cincuenta películas al año, ni siquiera con productores asociados o supervisores. Véase Schulberg, B., *De cine. Memorias de un príncipe de Hollywood*, Acantilado, Barcelona, 2006, pp. 583, 584, 682, 711 y 712. De él se dice que inventó a los *executive producers*, cuando los nombró para supervisar las producciones de la RKO por encima de los *producers* asignados a cada proyecto, e incluso a los ejecutivos del estudio. Scott Berg, A., *Goldwyn*, Planeta, Barcelona, 1990, p. 175. Véanse también Jeweel, R. J., y Harbin, V., *The RKO story*, Octopus books, London, 1982, pp. 60-61, y Haver, R., *David O. Selznick Hollywood*, Bonanza books, New York, 1980. Él mismo apareció como tal en varias películas de aquel periodo, caso de *Symphony of six millions* (Gregory La Cava, 1932), con Pandro S. Berman como *associate producer*, o en *King Kong* (Merian C. Cooper y Ernest B. Schoedsack, 1933), con su nombre en el cartón de crédito principal debajo del título de la película.

de «productor delegado» o «administrador general», cuando en realidad pueden estar hablando de «productores ejecutivos». Los italianos pueden hablar de «organizador general» al referirse a lo mismo y en España se dan casos curiosos, especialmente cuando los títulos de crédito esconden más que enseñan, con inversión terminológica al citar al «productor» como «productor ejecutivo» y a éste con los mismos cometidos y autoridad y poder del *producer* americano, cuando no –y muy a menudo– ambas acepciones se funden en la misma persona, ya que las estructuras de las empresas de producción españolas tienden a la atomización, a la pequeña empresa y a una producción muy relajada en el tiempo, casi accidental de modo mayoritario, o con la intervención de compañías de producción audiovisual de amplio espectro económico (llamemos así a los grupos de presión mediática), que en los últimos años han comprado pequeñas y medianas empresas de producción cinematográfica y televisiva²⁰.

Es importante señalar que las peculiaridades de cada industria ejercen una determinante influencia en los límites del poder de cada profesional. El cine se ha entendido de un modo diferente en Europa que en América. Así, aunque muy separados en el tiempo, podemos confrontar las declaraciones de dos cinematografistas de ambos lados. De una parte, David O. Selznick, que no precisa presentación, afirmando: «Como productor puedo supervisarlo todo, lo que me sería imposible como director»²¹. En otra posición, el español Javier Ozores, al que hay que presentar para evitar que por su apellido se le interprete como miembro de la saga familiar heredera de los actores Mariano Ozores y Luisa Puchol²², y que se trata del socio de Luis Merino en la producción y distribución de algunas películas de Manuel Gutiérrez Aragón, entre otras; su intervención se inscribe en otro tono e ideología: «Hay que dar total libertad al director, renunciar a la paternidad y apostar por la obra personal (...) la creatividad del productor está en la selección»²³.

ACTIVIDADES BAJO CONTROL DEL PRODUCTOR

Pueden ser entendidas de un modo diferente según nos situemos en diversas industrias cinematográficas. La posición de las partes está relacionada con el tipo y tamaño de producción e incluso con las estructuras y dimensiones de las empresas.

²⁰ Un ejemplo sería *Tésela, s.a.*, adquirida por *Sogecine* y otro *Zeppelin tv.*, adquirida por *Endemol*, ambas operaciones cerradas en esta presente y primera década del siglo XXI.

²¹ Citado por Torres, A. M., «¡Oh, David O. Selznick!», en *El País semanal*, Madrid, 11 de enero de 1987.

²² Esto es, los hijos: José Luis «Peliche», Antonio (actores) y Mariano (guionista y director) y los nietos: Adriana o Emma (ambas actrices). Véase Ozores, M., *Respetable público. Cómo hice casi cien películas*, Planeta, Barcelona, 2002.

²³ Pereiro, J. M., «Javier Ozores. Un aristócrata productor y distribuidor», en *El País*, Madrid, 8 de noviembre de 1986.

Con carácter general los productores controlan todas las fases de la creación de una obra audiovisual: preparación, rodaje o grabación y finalización, y de forma particular se ocupan de los siguientes cometidos:

- a) Selección de temas: argumentos originales, obras literarias preexistentes o encargos de guiones específicos y originales.
- b) Contratación de los correspondientes derechos de autor.
- c) Supervisión de desgloses, planes de trabajo y presupuesto.
- d) Estudio económico de cada producción y financiación del presupuesto.
- e) Contratación del «gran equipo» o *paquete* (director y actores protagonistas).
- f) Supervisión de la preparación: localizaciones, contratación de los jefes de equipo y supervisión del resto de contrataciones. Elección del reparto.
- g) Supervisión de grabación o rodaje.
- h) Supervisión de montaje y sonorización (con reserva o no del *last-cut*).

Cada una de estas diferentes actividades ha de conducir a la entrega del programa o película en la fecha prevista, dentro del presupuesto establecido *a priori* y con los estándares de calidad deseados y que respondan a las expectativas planteadas desde el principio del proceso de producción.

Para esta ingente labor el productor se auxilia de un nutrido equipo de producción, destinado a labores con dedicación exclusiva en cada película. Éstos son:

- Director o jefe de producción²⁴. Responsable máximo –dentro del equipo de producción contratado con carácter laboral por cuenta ajena– del día a día del rodaje. Sus funciones han variado históricamente llegando a ser desdobladas en doble terminología «director-jefe» en dos personas distintas, según la complejidad de determinadas producciones. Incluso, en ocasiones, los productores han delegado en ellos la fuerza y cometido del «productor ejecutivo».
- Ayudante de producción. Inmediato cargo laboral al anterior. Puede ejecutar las funciones encomendadas específicamente por sus superiores. En primera instan-

²⁴ La denominación original es «jefe de producción», pero posteriormente con la evolución de los cambios terminológicos para los jefes de equipo en los títulos de crédito, especialmente a partir de los años cincuenta, se empezó a producir un desdoblamiento entre ambas funciones, sobre todo en producciones complejas o de envergadura. La primera reglamentación sobre esta figura tras la Guerra Civil la hallamos en la Reglamentación nacional de trabajo en la producción cinematográfica OM. 31-XII-1948 (BOE 24-I-1949): «Es el que organiza y plantea la totalidad de una producción cinematográfica en todos sus aspectos, siendo la jefatura máxima de la producción. Para desempeñar su misión deberá tener todos los conocimientos técnicos necesarios para poder orientar en sus respectivos trabajos al personal técnico a sus órdenes.» Incorporado y refundido en Vizcaíno Casas, F., *Derecho cinematográfico*, García Enciso, Madrid, 1952. pp. 78-125. Es también interesante su explicación acerca del error entre las definiciones de director general de producción (lo que sería un «productor ejecutivo») y jefe de producción, enmendado por OM de 28 de junio de 1951, pero que persiste en la confusión de ambas especialidades, concluyendo que «la práctica ha de señalar las diferencias entre uno y otro cargo, que tan confusos quedan en la ley» *Op. cit.*, p. 141.

cia se ocupará de organizaciones muy específicas como la del transporte de una película (trabajadores y materiales). Llevará la documentación técnica de todo el rodaje, aunque no decida necesariamente sobre ella, como sería el caso de la orden de trabajo, que se realiza conjuntamente entre el director de producción y el ayudante de dirección. Se ocupará también de todo tipo de anotaciones de los trabajadores en la Seguridad Social, o, en su caso, de atender las peticiones de información que formule la asesoría laboral contratada en su caso por el productor. E, indudablemente, su misión estará en centrarse en las órdenes de su superior inmediato.

- Regidor²⁵. Aun cuando su adscripción más natural sería la de estar inscrito en el equipo de decoración, pues el regidor no es otra cosa que un «conseguidor» de objetos, *atrezzo*, utilería y mobiliario especial, se encuentra ubicado en el equipo de producción por su disposición de «capacidad de compra». El regidor tiene instrucciones concretas de la jefatura de producción para la consecución de cuantos objetos intervengan en la película como elementos de la narración —antes citados—, ante la cámara, bajo los parámetros de un determinado presupuesto. La elección de materiales está marcada por dirección y decoración, pero el aspecto económico y el orden de rodaje, e incluso las empresas proveedoras las marca definitivamente producción.
- Auxiliar de producción. Último elemento de equipo cuya cualificación no es apreciable o especificable. Muchas veces es un mero aprendiz (aunque entonces puede ser considerado como *meritorio*). No obstante, y al margen de las órdenes que pueda recibir día a día, tiene misiones concretas y habituales como el avituallamiento del equipo, la entrega personal de las órdenes de trabajo del día siguiente y las citaciones a los actores (especialmente si no existe auxiliar de dirección).
- Contable. No es un técnico de rodaje. Su misión es de oficina, ya que, como su nombre indica, se ocupa de lo relacionado con la contabilidad de la película y especialmente los pagos en metálico o cheques de manera directa, sin diferidos o negociaciones en créditos de funcionamiento. Muchas veces es también el mismo contable de la empresa productora. Cuando éste ha de ocuparse de la ordenación de los pagos y entrega de los mismos al finalizar cada semana de trabajo es denominado *contable-pagador*.
- Secretaria de producción. Tampoco es un puesto de trabajo radicado o desarrollado en el rodaje. Normalmente está adscrita de manera fija a la empresa. Sin embargo, se puede contemplar su contratación bajo el aspecto de la eventualidad y por obra.

²⁵ En la terminología televisiva el regidor es un ayudante de dirección en estudio, que está en contacto directo con el realizador, quien se encuentra en la cabina de control y por ello precisa alguien que transmita sus instrucciones al equipo de plató o a los actores.

Sus trabajos responden a los típicos del secretariado y puede desde pasar a limpio los apuntes de contabilidad, teclado de contratos, ser secretaria del productor o productor ejecutivo a ejercer la ordenación y archivo de toda la documentación de rodaje (partes, informes y órdenes).

Las complejidades de cada producción son las que marcarán la duplicación en la contratación de algunos de estos elementos. Una serie de televisión, con rodaje fuera de la capital sede de la productora tal vez obligue a disponer de un auxiliar fuera del rodaje que atienda la recepción del negativo, por ejemplo, y un segundo ayudante de producción durante la filmación. Otro caso habitual se da cuando existen películas o series de TV, con segundas unidades, que éstas dispongan también de su propio equipo completo de producción, aunque pudiera sufrir mermas según empeños.

Resumir las actividades del equipo de producción sería algo así como explicar el intento de que al cumplir las instrucciones recibidas se pudiera acabar la película en el tiempo previsto, gastando un poco menos de lo presupuestado y teniendo contento a todo el mundo. Lo que evidentemente es, como dicen que diría Samuel Goldwyn, resumiéndolo en dos palabras: ¡*Im* posible!²⁶.

No obstante, para cerrar la comprensión de la actividad del productor proponemos una atenta mirada a la opinión de Alain Poiré, productor delegado de Gaumont Internacional durante casi cuarenta años: «Cada producción se pone en marcha cuando el productor ha encontrado un buen guión; cuando ha decidido el reparto junto con el director que ha contratado; cuando ha dado su visto bueno a las previsiones del plan de trabajo, los lugares elegidos, los presupuestos; cuando ha seguido paso a paso el rodaje, el montaje, la sonorización; pero la producción continúa para el productor acompañando a la película en su distribución, en su estreno, mientras permanece en cartel, se vende en el extranjero y a la televisión. ¿Se termina alguna vez...? ¡Nunca!²⁷».

²⁶ Este productor de origen ruso-polaco es famoso, además de por sus películas, por sus *caídas* verbales y sus pensamientos y salidas *de pata de banco*, siempre animadas por una gran claridad en sus aspiraciones. Se le han atribuido innumerables frases y comentarios, algunas de las cuales no le pertenecen. Suya es, sin embargo, *Dios hace a las estrellas. De los productores depende el encontrarlas*. Scott Berg, A., *Goldwyn*, Planeta, Barcelona, 1990, pp. 116 y 360.

²⁷ Poiré, Al., *200 films au soleil*, París, 1988, pp. 238-239.

BIBLIOGRAFÍA

- Augros, J. (2000), *El dinero de Hollywood. Financiación, producción, distribución y nuevos mercados*, Barcelona, Paidós.
- Balio, T. (1976), *United Artist. The Company Built by the Stars*, The University of Wisconsin Press.
- Corman, R. (1992), *Cómo hice cien films en Hollywood y nunca perdí ni un céntimo*, Barcelona, Laertes/Kaplan.
- Cuevas, A. (1994), *Las relaciones entre el cine y la televisión en España y otros países de Europa*, Madrid, Egeda.
- (1999) (edición de Ramiro Gómez), *Economía cinematográfica. La producción y el comercio de películas*, Madrid, Imaginógrafo/Egeda (2.^a).
- Dadek, W. (1962), *Economía cinematográfica*, Madrid, Rialp.
- Diamante, J. (1998), *De la idea al film*, Sevilla, Filmoteca de Andalucía.
- Dunne, J. G. (1971), *El estudio*, Barcelona, Anagrama.
- Drouhaud, S., y Raffard, J. P. (2004), *Profession producteur*, París, Dixit/Sciences Com.
- Flot, Y. (1986), *Les producteurs. Les risques d'un métier*, París, 5 continents/Hatier.
- Gomery, D. (1991), *Hollywood: el sistema de estudios*, Madrid, Verdoux.
- Gómez B. de Castro, R., «El cine: la industria inexistente», en revista *Economía Industrial*, Madrid, Ministerio de Industria y Energía, n.º 267, mayo-junio 1989.
- «L'économie du cinéma espagnol», en *Le bulletin de l'IDATE*, n.º 41, Montpellier, 3.^{er} trimestre 1990.
- (2005), *El dinero contra el cine*, Madrid, Imaginógrafo.
- Happé, L. B. (1993), *La película y el laboratorio cinematográfico*, Andoain, Escuela de cine y video.
- Harcourt, A., et al. (1986), *The independent producer: film and TV*, Londres, Faber and Faber Press.
- Houghton, B. (1992), *What a producer Does. The Art of Moviemaking (Not the Business)*, Hollywood, Silman James Press.
- Jacobs, L. (1971), *La azarosa historia del cine americano*, Barcelona, Lumen (2 vol.).
- Jarvis, P. (1993), *A production Handbook*, Londres, Focal.
- Korda, M. (1980), *Vidas encantadoras*, México D. F., Lasser Press Mexicana.
- Medina Pérez, P. I. (1952), *Los contratos cinematográficos*, Madrid, Dirección General de Cine y Teatro.
- Miller, T., y otros (2005), *El nuevo Hollywood*, Barcelona, Paidós.
- Murcia, F. (2002), *La escenografía en el cine. El arte de la apariencia*, Madrid, SGAE, Fundación Autor.

- Nieto, J. (1996), *Música para la imagen. La influencia secreta*, Madrid, SGAE.
- Ozores, M. (2002), *Respetable público. Cómo hice casi cien películas*, Barcelona, Planeta.
- Poiré, A. (1998), *200 films au soleil*, París, Ramsay.
- Preston, W. (1994), *What an Art Director Does*, Los Ángeles, Silman-James Press.
- Randall, J. (1994), *Películas de bajo presupuesto*, Madrid, DORSL.
- Rosen, D., y Hamilton, P. (1990), «Off Hollywood», *The Making & Marketing of Independent Films*, Nueva York, Grove Weidenfeld.
- Scott Berg, A. (1990), *Goldwyn*, Barcelona, Planeta.
- Schulberg, B. (2006), *De cine. Memorias de un príncipe de Hollywood*, Barcelona, Acantilado.
- Solaroli, L. (1951), *Come si organizza un film. Guida del direttore di produzione*, Bianco e Nero editore, Roma. Ediciones españolas: *Cómo se organiza un film. Manual del jefe de producción*, Madrid, Rialp, 1960 (1.^a) y 1971 (2.^a).
- Vizcaíno Casas, F. (1954), *Legislación cinematográfica*, Madrid, EIA.
- (1952), *Derecho cinematográfico*, Madrid, García Enciso.
- Wiese, M. (1992), *Film & video financing*, MW prod., Laurel Canyon CA.

Sobre producción cinematográfica y sobre creatividad

ÁNGEL PABLO CANO GÓMEZ

MIGUEL ÁNGEL MARTÍNEZ DÍAZ

Universidad Católica San Antonio de Murcia

INTRODUCCIÓN: CINE, PRODUCCIÓN, CREATIVIDAD, CINE POSTMODERNO

La figura y las tareas propias del productor cinematográfico son a menudo objeto de controversias y situaciones encontradas. Existen grandes divergencias en torno a la definición de sus funciones y el alcance de las labores del productor sobre el trabajo fílmico. Sin embargo, en muchas ocasiones de su labor se infieren soluciones creativas sobre el desarrollo narrativo de la obra, cambios sobre la concepción dramática y alteraciones sobre el significado general de la película.

El cine, como vehículo de cultura y como negocio, encuentra en el productor una figura capaz de aglutinar la complejidad de la dinámica de construcción de su narrativa. Su historia nos aporta en este caso una gran cantidad de ejemplos de películas en las que esta figura ha participado de una forma activa en la dinámica de creación del filme, convirtiéndose de esta forma en uno de los autores responsables de la forma y el fondo del producto final. Este hecho puede estar provocado por una autolimitación económica del trabajo al que se enfrenta. En este caso el objetivo del productor es llevar a buen término un proyecto que en principio cuenta con unos recursos económicos inferiores a lo que en principio podría esperarse para la realización de esa obra concreta.

Éste es el caso de *La mujer pantera* (Jacques Tourneur, 1942). Cuando Val Lewton se ocupa del guión para la RKO, debía sacar adelante una película que competiría con

las grandes producciones del cine de terror de la época. Las soluciones aportadas por el equipo de creación, encabezado por el propio Lewton, supusieron un cambio en la estética y el desarrollo dramático del modo de hacer del género de la época. La precariedad de medios supuso el incentivo necesario para convertir el lenguaje fílmico y la imaginación de los creadores en un modo más eficaz de construir esa atmósfera claustrofóbica e inquietante de la película. Entre otras soluciones adoptadas, se evitó la presencia física de la pantera ante el espectador. La intuición de una presencia maligna no visible, lo oculto, jugó a favor de la verosimilitud de una historia que se construye, sobre todo, en los recodos de la mente, entre la imaginación y los temores del espectador. Será éste quien ponga a la pantera en pantalla.

El ejemplo de la película de terror destacado se convierte en una constatación que pone en evidencia la influencia del trabajo del productor cinematográfico en el resultado final de la obra fílmica. Sin embargo, aunque cada día son más los autores y especialistas en análisis fílmico que reconocen esta vinculación, son muchas las ocasiones en las que resulta sencillo obviar este trabajo e interpretar que el verdadero autor de la película es simplemente su director.

El cine es una industria, y esta realidad tan evidente fundamenta la historia de los géneros y la propia evolución de lo cinematográfico desde su mismo nacimiento. La obra, como producto, como resultado de un proceso de fabricación planificado, tiene una finalidad comercial. La figura del productor es la encargada de personificar esta necesidad para la subsistencia del propio negocio. Indirectamente, aunque de forma evidente, es posible constatar así que la economía se convierte en un factor determinante en la fisonomía de la obra.

Esta fórmula cinematográfica, por otro lado tan manida para cualquiera que conozca un poco los pormenores de la creación cinematográfica, está presente como se ha citado desde los mismos orígenes del cine, aunque de una forma más sutil. Sin embargo, con el comienzo del nuevo siglo es necesario que se apliquen con detenimiento procesos de estudio a esta tendencia. El nuevo cine, el cine contemporáneo, muestra esta tendencia dominante con la peculiaridad de no importar la exhibición de la trascendencia de lo económico, de los resultados de taquilla, la lucha por evitar el vacío de butacas.

En esta comunicación se escribe en torno a algunas de las circunstancias y procesos que ponen en evidencia estas características, y se reflexiona sobre las consecuencias de esta forma de concebir el cine para la narración contemporánea.

PRODUCCIÓN Y RELATO DE LA POSTMODERNIDAD: LA REVISIÓN FRAGMENTADA

El cine actual, después de más de un siglo de historia, se encuentra plenamente instaurado en la sociedad. Se ha convertido en una industria que mueve miles de millo-

nes de euros cada año, generados de los estrenos de producciones a las que acuden grandes cantidades de personas en todo el mundo. Sin embargo, cada día de forma más clara, se asiste a un momento en el que la producción parece enfrentarse a los problemas derivados de una escasez general de ideas.

La realización de obras fílmicas parece encontrar ahora más inconvenientes para plantear historias originales que de alguna manera despierten el interés en el público y consigan sorprenderlo. A este hecho debe unírsele la impronta de una fábrica potencialmente dirigida al aprovechamiento máximo de las fórmulas de éxito, lo que les permite enfrentarse con mayor seguridad a los riesgos comerciales que acarrea cualquier obra. Es necesario, por tanto, explotar los aciertos.

Con la llegada de la postmodernidad, el relato cinematográfico ofrece cambios en la orientación y determinación de su estructura respecto a los cánones presentados por la industria en su quehacer clásico. Por un lado, es necesario hacer referencia a una forma fílmica que acusa la escasez general de ideas y planteamientos novedosos, por lo que es patente la existencia de un agotamiento generalizado en torno a gran variedad de producciones de los últimos años.

En diferentes aspectos, esta carestía de ideas hace frecuente la recreación de diégesis, elementos y motivos que pertenecen a la historia del cine y son de sobra conocidas por los espectadores. Por ello es necesario estudiar la existencia de la tendencia a la revisión del relato¹ y la aparición del pastiche², y de lo fragmentado. Los entresijos económicos con los que muchos autores relacionan a la postmodernidad no quedan al margen de los factores de producción del cine, por lo que el relato refleja las consecuencias de una pérdida de la distancia y el desconocimiento que determinaba la relación con el espectador en los productos de épocas anteriores.

Si se atiende a estas premisas constatadas resulta una tarea más sencilla encontrar una justificación de fondo a la cantidad de estrenos que se producen en la actualidad y que se construyen como *remakes*³ o como revisiones de películas producidas años atrás.

¹ Para que no haya duda del alcance del concepto de relato se ofrece aquí la definición desde la que se interpreta este parámetro narrativo, de forma que el lector pueda tener más accesible el conjunto de particularidades que forman las ideas que se exponen en este artículo. Así, se entiende el relato como *el enunciado en su materialidad, el texto narrativo que se encarga de contar una historia. Pero este enunciado, que en la novela está formado únicamente por la lengua, en el cine comprende imágenes, palabras, menciones escritas, ruidos y música, lo que hace que la organización del relato fílmico sea más compleja* (Aumont y otros, 1995: 106).

² Pastiche es un término que se aplica a la tendencia presente en numerosas obras postmodernas de imitar el estilo de otros periodos históricos o de otras producciones o realizaciones de cualquier tipo. Existen muchos autores que han investigado sobre esta tendencia en las ciencias sociales, con aplicaciones diferentes. Para más información puede acudir a las obras de Frederick Jameson (1999), Gianni Vattimo (1998) o Jean-François Lyotard (1998).

³ Se entiende por *remake* la realización de una obra cinematográfica que ya ha sido llevada al cine con anterioridad y, por tanto, vuelve a recrear de forma similar el universo diegético determinado por la primera, con proximidad en la definición de los personajes y los sucesos que tienen lugar en torno a éstos.

Cualquier fórmula beneficiosa es aprovechada por la red de producción como un filón que conviene explotar mientras sea posible obtener un buen rendimiento económico. En algunas ocasiones, esta práctica tiene lugar sobre éxitos precedentes, que se llevan a cabo poco tiempo después del estreno de la obra original. Esto ocurre normalmente cuando se descubre un trabajo con buen rendimiento en taquilla y que ha sido realizado fuera de los EE. UU. Inmediatamente las grandes productoras norteamericanas compran sus derechos, que vuelven a realizar con un presupuesto mayor y adaptado al contexto cultural estadounidense, con lo cual se convierte en un filme al que pueden introducir en los circuitos comerciales de todo el mundo. A veces, la realización se lleva a cabo por el mismo director de la película original.

El director español Alejandro Amenábar dirigió en 1997 la película *Abre los ojos*. Años más tarde, sobre el mismo planteamiento, se produjo la obra *Vanilla sky* (Cameron Crow, 2001). Éste es también el caso de *La señal* (Gore Verbinski, 2002), una producción norteamericana basada en la obra de éxito japonesa *El círculo* (Hideo Nakata, 1998).

Uno de los casos extremos de esta forma de proceder se encuentra en *Psycho* (Gus van Sant, 1998). El interés que lleva al realizador de esta película a rodar no es el de reutilizar el argumento de la obra original filmada por uno de los directores más importantes de la historia del cine —Alfred Hitchcock—, sino que su objetivo es más bien el de homenajear a éste mediante la producción de un filme que recrea incluso las posiciones y tiros de cámara presentes en el original. Los espectadores ideales de esta obra no son aquellos que acuden al cine a ver *Psycho* como novedad, sino los que lo hacen teniendo en mente la experiencia de visionado de *Psicosis* (Alfred Hitchcock, 1960). La necesidad de obtener beneficios económicos constituye una de las causas fundamentales de estas formas de explotación y condicionantes de producción del relato cinematográfico. El capitalismo, tan presente para muchos autores como Lipovetsky o Ritzer entre los orígenes esenciales que justifican el nacimiento de la postmodernidad, determina en gran medida la elección de los métodos y los temas que manifestarán finalmente sus resultados en la proyección.

Es preciso obtener una alta rentabilidad con el menor riesgo posible. Ésta parece ser también la causa de otro fenómeno muy presente en las salas de cine contemporáneas, como es el de la serialidad. Efectivamente, los espectadores de todo el mundo asisten cada año a ver un buen número de títulos que suponen una continuación de obras con gran acogida entre el público en otras temporadas. La primera de ellas logra la conexión con la audiencia a través de la creación de un personaje o una fórmula concreta, que se respeta fielmente en la concepción del siguiente trabajo, por lo que se mantiene en la medida de lo posible el esquema básico de funcionamiento de la obra primigenia.

Rocky (John G. Avildsen, 1976), por ejemplo, el héroe de la película de boxeo encarnado por Sylvester Stallone, se convierte en un fenómeno tan popular que se

realizan hasta cuatro continuaciones⁴. El mismo caso tiene lugar con *Arma letal* (Richard Donner, 1987), que estrena hasta una cuarta parte repitiendo siempre a los mismos personajes y el esquema básico del argumento basado en los problemas derivados de los casos de dos policías que trabajan como compañeros. Donner dirige también las continuaciones de la saga realizadas en 1989, 1992 y 1998, respectivamente.

El gran éxito de espectadores en todo el mundo que supuso *Shrek*⁵ propicia la producción de una segunda parte estrenada en los cines en el año 2004 (*Shrek 2*) y de la propuesta de realización de otras dos películas, una de ellas una presecuela que explicaría el origen del ogro verde que protagoniza los diferentes filmes⁶.

En este sentido resultan paradigmáticas las declaraciones de Sylvester Stallone recogidas en la revista *La luna de metrópoli* (17-23 de junio de 2005). El actor anuncia la existencia de proyectos para rodar continuaciones a las inauguradas por *Acorralado* (Tef Kotcheff, 1982) y *Rocky*. Cuando se le pregunta sobre la posibilidad de continuar con las aventuras del personaje de Rambo, Stallone se refiere a estas producciones como una franquicia en la que si funciona esta cuarta entrega, se rodaría una quinta. Casualmente, en los días en los que este artículo se cierra se produce el estreno de esa sexta película: *Rocky Balboa* (Sylvester Stallone, 2007).

Estos fenómenos destacados hasta el momento están presentes como prácticas habituales en la realización cinematográfica de las últimas décadas. Sin embargo, existe un ejercicio reciente al que resulta difícil encontrar algún precedente en épocas anteriores de producción. Se trata de la fragmentación del relato, en lo que supone directamente una repercusión de los planteamientos económicos de la postmodernidad en la proyección de las obras.

Efectivamente, los espectadores de los últimos años han podido comprobar sorprendidos la exhibición de productos cuyo relato no concluía en la sesión por la que habían pagado la entrada, sino que tenían que esperar hasta el estreno de otra obra que suponía la continuación o la conclusión del argumento proyectado en un primer momento. El cambio de concepción en el planteamiento es bastante claro: no se aprovecha el tirón popular de unos personajes o de un esquema argumental de éxito entre el público, sino que queda literalmente fragmentada en varias películas para cuyo

⁴ Este hecho da lugar a la aparición de otro rasgo particular del cine postmoderno: la ironía textual que aparece cuando unas películas hacen referencia a otras muy conocidas entre los espectadores. En el caso de *Rocky*, la broma se realiza en la película *Regreso al futuro* (Robert Zemeckis, 1985), donde en la secuencia en la que el protagonista, interpretado por Michael J. Fox, llega a un video-club, uno de los carteles de la pared anuncia el próximo estreno de *Rocky*: la entrega número cincuenta de la saga, en la que el protagonista tiene el aspecto de un anciano.

⁵ Es preciso recordar que la primera película superó los 100 millones de dólares durante sus diez primeros días de exhibición en Estados Unidos. (www.prnewswire.co.uk).

⁶ Consultado en <http://es.movies.yahoo.com>.

visionado conjunto es necesario completar todo el proceso. La impronta postmoderna provoca la fragmentación del relato fílmico.

El primer ejemplo de esta nueva práctica de consumo se encuentra en las películas realizadas por la productora Aurum, basadas en la novela de éxito de J. R. R. Tolkien *El Señor de los Anillos* (2002). La producción completa de la trilogía se realiza de forma simultánea a partir del año 2000 y durante varios años, pero se producen tres estrenos independientes que respetan el título del libro del escritor inglés y añaden un subtítulo que sitúa al espectador ante el momento concreto de la trama que se exhibe en cada filme (*La comunidad del anillo*, 2001; *Las dos torres*, 2002, y *El retorno del rey*, 2003). Su director, Peter Jackson, concibe una gran producción para realizar lo que él mismo considera una sola obra, aunque se ofrezcan finalmente tres exhibiciones en otros tantos años consecutivos.

Si el caso de las producciones basadas en *El señor de los anillos* resulta paradigmático por tratarse de la primera ocasión en que el cine ofrece esta forma de exhibición en los grandes circuitos comerciales, la fragmentación del relato tiene una justificación narrativa: resultaría muy complicada la distribución de una sola película con las más de siete horas de duración necesarias para ofrecer un producto coherente que respete en buena medida las líneas argumentales de la obra de Tolkien. Los dueños de las salas se mostrarían reacios además a la exposición de una película que prácticamente no les permite ofrecer más de un pase diario. A estas circunstancias se le debe añadir la dificultad para el espectador de visionar un producto de estas características, que excede en mucho el tiempo que está acostumbrado a emplear en este tipo de actividad.

Esta misma forma de producir estrenos que obligan al espectador a acudir a las salas de cine en más de una ocasión para completar el visionado de una obra fílmica es la utilizada por Clint Eastwood en el estreno de dos películas consecutivas y complementarias, de las que es también su director: *Banderas de nuestros padres* y *Cartas desde Iwo Jima*. Ambas obras narran un mismo episodio: el enfrentamiento bélico entre los ejércitos de EE. UU. y Japón durante la Segunda Guerra Mundial en esa isla del Pacífico. Cada obra tiene como protagonista a uno de los ejércitos, por lo que es el visionado de conjunto con el que se comprende la magnitud y la variedad de puntos de vista encontrados sobre el acontecimiento histórico.

Existe otro ejemplo en las carteleras de cine de todo el mundo que difícilmente puede justificarse utilizando los mismos argumentos. Se trata de la última película realizada por el director norteamericano Quentin Tarantino: *Kill Bill* (2003). Su concepción se efectúa de forma unitaria: una sola obra que cuenta la historia de una venganza. Sin embargo, los productores deciden ofrecer dos filmes para completar la narración, por lo que se fragmenta por motivos económicos, fundamentalmente. La tensión dramática de la narración sufre en el ritmo y la coherencia la repercusión de la necesidad de adaptar la película a los esquemas necesarios para su transformación en dos segmentos. La segunda parte constituye el desenlace de la historia. Frente al ritmo trepidante

de la primera, acusa una cadencia más pausada. El alarde y la espectacularidad de la puesta en escena y la resolución de la historia no son suficientes para mantener la tensión dramática tras la interrupción del relato.

Uno de los productores más importantes de la industria norteamericana, Jerry Bruckheimer, consiguió con gran acierto revitalizar las obras cinematográficas cuyo argumento se estructura en torno a las aventuras de piratas. Así ocurrió con *Piratas del Caribe, la maldición de la perla negra* (Gore Verbinski, 2003), que contra el pronóstico de todos aquellos que no quisieron invertir en el proyecto de Bruckheimer, consiguió muy buenos resultados en taquilla (unos 300 millones de dólares en EE. UU. y más de 20 millones de euros en España). El anuncio de la siguiente entrega no constituyó, por tanto, ninguna sorpresa. Ni siquiera el rodaje simultáneo de *Piratas del Caribe 2, el cofre del hombre muerto* (Gore Verbinski, 2006), o la tercera entrega aún por estrenar.

Con todos estos ejemplos es fácil constatar las consecuencias que tiene sobre el relato la necesidad de generar beneficios económicos. Su determinación final depende en gran medida de la lógica del capitalismo que rige la producción fílmica contemporánea. La serialidad en la reproducción continua de fórmulas exitosas, la fragmentación de obras que obligan a volver a acudir al cine para terminar de completar el proceso de proyección del relato, la recreación de diégesis y la aparición del pastiche son la evidencia de la repercusión de la necesidad de éxito económico en el arte cinematográfico.

BIBLIOGRAFÍA

- Aumont, J., *et al.* (1995), *Estética de cine*, Barcelona, Paidós.
- Jameson, F. (1999), *El giro cultural*, Buenos Aires, Editorial Manantial.
- Liotard, J.-F. (1998), *La condición postmoderna*, Madrid, Editorial Cátedra.
- Vattimo, G. (1998), *La sociedad transparente*, Barcelona, Editorial Paidós.

El director de fotografía, coautor de la obra cinematográfica

LAURA CORTÉS SELVA

LEOCADIA DÍAZ ROMERO

Universidad Católica San Antonio de Murcia

INTRODUCCIÓN

El cine, como forma de comunicación, se distingue de la literatura, la pintura, el teatro y la fotografía porque añade una cualidad que el resto no posee: el movimiento. El cine es básicamente una sucesión de imágenes fotográficas en movimiento. Su propio nombre lo indica: *kinema* en griego significa «movimiento» y *grafo*, «grabar», «dibujar».

En el proceso de producción de un filme uno de los pasos fundamentales es la traducción en imágenes en movimiento de la narración propuesta por el director de la obra. Para ello es necesario emplear la luz y la cámara, herramientas técnicas de las que no se puede prescindir para su realización. La persona encargada de ayudar al director a traducir la narración en imágenes en movimiento es el director de fotografía, quien emplea dichas herramientas técnicas para desarrollar su trabajo. Su labor no sólo consiste en ejecutar las órdenes del director, sino que su aportación creativa al conjunto de la obra es fundamental, no sólo para el resultado visual del filme, sino para diferenciarse del trabajo de otros directores de fotografía. Dicha aportación creativa (aportación del espíritu) es lo que le define como autor de su trabajo. Como un filme es una obra artística coral en la que participan diferentes creadores, podría concluirse que el director de fotografía se considera coautor de la misma.

Sin embargo, es necesario aludir al término creatividad antes de introducirnos en cuestiones más propiamente fotográficas. A pesar de que forma parte de nuestro léxico habitual y que se aplica a diferentes disciplinas, existe cierta complicación a la hora de definir el término «creatividad», puesto que su complejidad provoca que cualquier definición cercene la riqueza de las manifestaciones creativas. Existen diversas definiciones de la creatividad de teóricos que han tratado de estudiarla como G. Aznar, F. Barron, H. Murray, R. Oerter, M. I. Stein, E. P. Torrance, McKinnon. Entre ellas, McKinnon define la creatividad de la siguiente manera:

La verdadera creatividad requiere tres condicionantes: 1) implica una respuesta o una idea que es nueva o al menos es infrecuente estadísticamente; 2) que se adapta a la realidad en cuanto que resuelve un problema, y 3) es evaluada, elaborada, desarrollada y aplicada. Así concebida, la creatividad es un proceso que envuelve originalidad, adaptación y realización, que parte de un problema y termina en cuanto el problema está resuelto, y esto se aplica tanto a la creatividad artística como a la científica y tecnológica. La esencia de la creatividad es la solución de un problema de manera original; en otras palabras, es la solución creativa de problemas (Marín Ibáñez, 1995: 38).

Teniendo en cuenta esta definición de creatividad, las características que siempre están presentes son las que aluden a la novedad, a lo que previamente no existía, a una innovación más o menos radical y a lo valiosa. Crear es toda innovación valiosa, es resolver innovadoramente los problemas¹.

En este sentido, el director de fotografía desarrolla su creatividad enfrentándose al problema de la traducción en términos visuales de la historia que se quiere narrar cinematográficamente. Dos de las principales preguntas que han de efectuarse por el director de fotografía en el momento de enfrentarse a un filme son: ¿Cómo puedo traducir en imágenes en movimiento esta narración para representar del modo más cercano posible a los deseos del director, a la narración del filme?, y ¿Qué diseño de iluminación he de plantear para crear la atmósfera más adecuada para la narración?

La Ley está llamada a reconocer la labor creativa del director de fotografía y otorgarle los derechos correspondientes, morales y económicos. Sin embargo, en el entorno europeo existe una pluralidad de regímenes en materia de derechos de autor que no siempre sitúan al director de fotografía en el lugar que merece. En particular, en España la Ley de Propiedad Intelectual no le reconoce la autoría de la obra audiovisual. El presente trabajo presta también atención a las cuestiones jurídico-normativas y propone soluciones de mejora.

¹ Marín Ibáñez, R., *La creatividad: diagnóstico, evaluación e investigación*, Madrid, Universidad Nacional de Educación a Distancia, 1995, p. 39.

LABOR DEL DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA

Tal y como define la Asociación Española de Directores de Fotografía (AEC), la labor del director de fotografía es la de la *creación artística de imágenes para la puesta en escena de producciones cinematográficas, televisivas y de video; generalmente para la realización de películas, series televisivas así como trabajos publicitarios documentales y películas industriales*².

Principal responsable de su equipo, el director de fotografía puede llevar o no la cámara, dependiendo del país³. Si efectivamente opera la cámara, se encarga de los aspectos relativos al encuadre y al movimiento de la misma. De igual modo, el director de fotografía se encarga del diseño de la iluminación. Por tanto, el área de responsabilidad del director de fotografía abarca tanto el campo técnico como el artístico, y su labor consiste en crear la visualización cinematográfica en colaboración con el director⁴.

Aunque su trabajo tenga un amplio componente técnico, lo más importante es la capacidad creativa para ofrecer una solución novedosa a una narración, desde el punto de vista fotográfico. Mediante el dominio de la técnica, el director de fotografía ofrece su visión de la narración, pero la técnica *per se* no es capaz de crear nada. En realidad, es la mirada novedosa la que puede hacer cambiar la historia. A este respecto, Robby Müller, director de fotografía de obras tan espectaculares como *París, Texas* (Wim Wenders, 1984) o *Breaking the waves* (Lars von Trier, 1995) apunta con tristeza que, a pesar de la excelencia en cuanto a calidad fotográfica de las películas elaboradas por la industria norteamericana, la gran mayoría ofrece un aspecto similar, ninguna muestra una visión distinta, algo novedoso⁵.

SOLUCIONES CREATIVAS APORTADAS POR EL DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA A LO LARGO DE LA HISTORIA DEL CINE

A lo largo de la historia del cine existen numerosos casos en los que el trabajo creativo del director de fotografía ha provocado avances en la narración cinematográfica. De hecho, el estilo visual de filmes significativos en la historia del cine se debe a la

² <http://www.aecdifoto.org/biblio/dirfoto1.htm>

³ En Estados Unidos existe una separación entre el operador de cámara y el director de fotografía. Normalmente, el director de fotografía sólo se encarga del diseño de la iluminación. En países europeos es más frecuente encontrar a directores de fotografía que también operan la cámara.

⁴ <http://www.aecdifoto.org/biblio/dirfoto1.htm>

⁵ Zebrowski, M. (ed.), *Robby Müller, lifetime achievement*, Torun, Camerimage Festival Organizer-Tumult Foundation, 2006, p. 8.

colaboración con directores de fotografía que han aportado una mirada novedosa a una narración audiovisual. Es el caso de equipos formados por el director del filme y el director de fotografía, como Eric Rohmer junto a Néstor Almendros; Wim Wenders y Jim Jarmusch con Robby Müller; Oliver Stone y Robert Richardson; Bernardo Bertolucci y Francis Ford Coppola junto a Vittorio Storaro; Steven Spielberg y Janusz Kaminski; Ingmar Bergman y Sven Nykvist, etc.

Así en los inicios del cine el gran problema al que se enfrentaba el director de fotografía era el de la correcta exposición del negativo y el de tratar de controlar la luz natural necesaria para imprimir el negativo de tan baja sensibilidad. La introducción de la luz eléctrica trasladará el problema al interior de los estudios, y allí se empezará a experimentar con diferentes esquemas de iluminación que han llegado hasta la actualidad.

En los años veinte las características fotográficas presentes en filmes pertenecientes al expresionismo alemán como *Das cabinet des Dr. Caligari* (Robert Wiene, 1920) fotografiada por Willy Hameister; *Metropolis* (Fritz Lang, 1927) por Karl Freund y Günther Rittau, y *Der Letzte Mann* (F.W. Murnau, 1924) por Karl Freund, impulsaron no sólo el renacimiento de los movimientos de cámara, sino un estilo de iluminación que influiría de un modo poderoso en la creación del género *noir* o cine negro. La iluminación de alto contraste presente en estos filmes adquiere tal protagonismo que la mera visión de unos fotogramas nos permite distinguir si una película pertenece a este género. En este caso la desaparición de la luz de relleno y el incremento de la luz principal y el contraluz crean el estilo característico de este tipo de imagen y que sigue presente en la actualidad en filmes herederos del género como *The man who wasn't there* (Joel Coen, 2001), fotografiada por Roger Deakins.

El esquema de iluminación planteada en el expresionismo alemán influiría a uno de los directores de fotografía más notorios de la historia del cine, Gregg Toland. En su obra más conocida, *Ciudadano Kane* (Orson Welles, 1941), Gregg Toland aportó grandes novedades que influirían en el estilo visual de filmes posteriores como el estilo de fotografía en profundidad de campo, el empleo de las ópticas angulares y la iluminación desde el suelo. Hasta tal punto fue importante la contribución de Gregg Toland en *Ciudadano Kane*, que Orson Welles lo incluyó junto a su nombre en los títulos de crédito del filme.

La fotografía de estilo documental, con cámara al hombro y escasa iluminación, herederos de los documentales realizados durante la Segunda Guerra Mundial, sería de gran influencia en filmes pertenecientes al neorrealismo italiano como *Roma città aperta* (Roberto Rossellini, 1944) fotografiada por Ubaldo Arata, o *La tierra trema* (Luchino Visconti, 1948) con G. Aldo como director de fotografía. Dicho estilo documental también influiría a filmes de la *nouvelle vague* francesa como *A bout de souffle* (Jean-Luc Godard, 1959) fotografiada por Raoul Coutard y *Les quatre cents coups* (François Truffaut, 1959) por Henri Decaë. En el caso de los operadores fran-

ceses pertenecientes a la *nouvelle vague*, su estilo basado en fluidos movimientos de cámara y la iluminación por reflexión, es de gran importancia para posteriores fotógrafos. La escasez de medios económicos y la intención estética de liberar al cine del abigarrado aparato técnico llevó a la creación de esquemas de iluminación basados en la reflexión de la luz con la que se conseguía una iluminación general suave que permitía a los actores y a la cámara desplazarse libremente. Este tipo de iluminación denominada «luz de acuario»⁶ influiría en trabajos de directores de fotografía de finales de los sesenta y principios de los setenta, que buscaban un estilo visual diferente al establecido. Junto con sus directores de fotografía, directores de cine como Francis Ford Coppola, Martin Scorsese y Robert Altman, entre otros, crearán un nuevo estilo de Hollywood con claras influencias europeas. Es el caso de directores de fotografía provenientes de Europa, como László Kovács, quien junto a Dennis Hopper realizarían *Easy Rider* (Dennis Hopper, 1969), ejemplo de la asimilación estilística por parte de Hollywood, proveniente del cine europeo.

En los setenta, operadores como Gordon Willis serán un claro referente para trabajos posteriores. En su obra *The Godfather* (Francis Ford Coppola, 1971), Willis, al que llamaban el «Príncipe de las tinieblas», se atrevió, no sólo con la subexposición del filme con lo que conseguía una oscuridad predominante en la imagen, sino con la iluminación cenital, que dejaba los ojos de los personajes en sombra. Lejos de perjudicar a la narración, ese tipo de iluminación ayudaba a la creación de unos personajes tenebrosos. El trabajo de iluminación junto con el empleo de ciertos filtros que teñían la imagen de amarillo contribuían a crear una atmósfera especial que situaba al espectador en una época pretérita.

En la década de los ochenta destaca la investigación llevada a cabo por el director de fotografía Vittorio Storaro, en cuya figura se unen la técnica, el arte y el estudio. Storaro, incansable investigador, ha elaborado una teoría acerca del significado de los colores en el filme y lo aplica a películas como *Apocalypse Now* (Francis Ford Coppola, 1979)⁷ o *The last emperor* (Bernardo Bertolucci, 1987). Este director de fotografía también ha investigado con técnicas aplicadas al laboratorio, como es el proceso sin blanqueo o *ENR*, que aumenta el contraste general de la imagen y la desaturación de los colores. Empleado por primera vez en *Reds* (Warren Beatty, 1981), su influencia se ha extendido de tal manera que actualmente se aplica a un gran número de filmes como *Seven* (David Fincher, 1995) fotografiada por Darius Khondji o *Saving private Ryan* (Steven Spielberg, 1998) por Janusz Kaminiski. En este último filme el director de fotografía experimentó con la modificación del ángulo del obturador para conseguir una mayor sensación dramática, acercando al

⁶ Revault d'Allones, F., *La luz en el cine*, Madrid, Cátedra, 2003, p. 66.

⁷ Schaefer, D., y Salvato, L., *Maestros de la luz. Conversaciones con directores de fotografía*, Madrid, Plot, 1993, p. 193.

espectador al suceso del desembarco de Normandía. Este efecto, no sólo ha influido en filmes posteriores, sino en otros medios como la publicidad o los videoclips musicales.

Aunque es una tendencia iniciada en los setenta, la ruptura con la perfección de los materiales fotográficos mediante el empleo de técnicas como el prevelado, la subexposición o la sobreexposición, en los noventa, el director de fotografía Robert Richardson en *Natural Born Killers* (Oliver Stone, 1994) sobreexpone ciertas áreas de la imagen, creando puntos de brillo que destacan sobre el resto de la imagen, y que volvería a repetir en *Casino* (Martin Scorsese, 1995) como característico de su estilo fotográfico. Del mismo modo, Richardson mezcla de un modo innovador diferentes formatos como el 35 mm, 16 mm y video, así como luz coloreada para ciertos momentos dramáticos del filme.

En los noventa también destacará el trabajo de directores de fotografía como Robby Müller junto al director Lars von Trier, en obras pertenecientes al movimiento *Dogma '95*. Müller comenzó su andadura junto a directores como Wim Wenders y Jim Jarmush, con los que desarrollaría su experiencia profesional y una mirada única. En *Breaking the waves* (Lars von Trier, 1996) y *Dancer in the dark* (Lars von Trier, 2000) su trabajo de cámara basado en un estilo libre de cámara al hombro, junto con su iluminación realista, ha influido a directores de fotografía como Rodrigo Prieto, quien se inspira en el trabajo de cámara de Müller en *Breaking the waves* para plantearse *Amores perros* (Alejandro González Iñárritu, 2000) y *8 mile* (Curtis Hanson, 2002)⁸.

RECONOCIMIENTO DE LA LABOR DEL DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA

La labor creativa del director de fotografía ha sido reconocida en festivales como los Oscars de la Academia norteamericana de cine, en los que desde el año 1928 se entrega el premio a la fotografía cinematográfica y que ese año sería compartido por Charles Rosher y Karl Strauss, por su trabajo en *Sunrise* (F. W. Murnau, 1928).

De creación más reciente, existen otros festivales como el *Madridimagen*, el *Manaki Brothers* y el *Camerimage*, dedicados exclusivamente a la fotografía cinematográfica, en los que se premia la creatividad del director de fotografía y la calidad de sus trabajos. Entre ellos el de mayor repercusión internacional es el *Camerimage*, celebrado en Lodz (Polonia). Comienza su andadura en 1993, premiando filmes como *The*

⁸ Zebrowski, M. (ed.), *Robby Müller, lifetime achievement*, Torun, Camerimage Festival Organizer-Tumult Foundation, 2006, p. 91.

piano (Jane Campion, 1993) fotografiada por Stuart Dryburgh; *Secrets and Lies* (Mike Leigh, 1996) por Dick Pope; *Amores perros* (Alejandro González Iñárritu, 2000) por Rodrigo Prieto; *Vera Drake* (Mike Leigh, 2004) por Dick Pope y recientemente *El laberinto del fauno* (Guillermo del Toro, 2006) por Guillermo Navarro.

En ellos se demuestra, una vez más, que la fotografía cinematográfica no es un aspecto meramente técnico del filme, sino que es preciso disponer de grandes dosis de creatividad para ofrecer una mirada distinta sobre una narración.

APROXIMACIÓN JURÍDICA A LA AUTORÍA DEL DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA

La determinación de la autoría de la obra cinematográfica es fuente de controversia. Los ordenamientos jurídicos no ofrecen una solución satisfactoria: bien porque no se establece con claridad quién merece la condición de autor o coautor, bien porque alguna legislación tan sólo atribuye este estatus a favor del director y el guionista. En particular, tal y como examinaremos, la figura del director de fotografía presenta distintas aproximaciones legales.

Con respecto a la protección de los derechos de autor, el Derecho comparado conoce dos grandes sistemas:

1. El modelo francés, *droit d'auteur*, que sigue la mayoría de los países de tradición continental –Francia, Italia, Austria, Alemania, España, Grecia, Bélgica, Rusia– y se fundamenta en el principio de creatividad. A la luz de este principio, el creador de la obra es también su autor. En cualquier caso, dentro de este grupo cabe señalar variantes: a) los regímenes legales que establecen listas cerradas que determinan quiénes son autores de la obra. España, Italia y Grecia no incluyen a los directores de fotografía; b) otros sistemas no establecen listas sino presunciones sobre la autoría tradicional (Francia, Bélgica, Polonia y Rumania), y c) en otros casos, no existen ni catálogos ni presunciones: la autoría recae en aquellas personas físicas cuya creatividad ha contribuido a la creación intelectual de la película (Alemania, Austria, Holanda, Dinamarca, Finlandia, Suecia, Bélgica).
2. El sistema anglosajón, *copyright*, que aplican Chipre, Irlanda, Reino Unido, Luxemburgo y designa al productor como único autor de la obra cinematográfica (*obergefell*). Tradicionalmente, en el entorno europeo la autoría de la obra ha carecido de reglas específicas y se ha predicado de las personas cuya aportación creativa es decisiva para la realización de la obra audiovisual, sin atribuir derechos de autor a favor de gremios profesionales. No obstante, ante la imposibilidad de adoptar planteamientos individualizados para solventar la delicada cuestión de la distribución de los beneficios de las obras, en los últimos tiempos el recono-

cimiento de la autoría a favor de grupos o categorías profesionales ha adquirido vigencia.⁹ Respecto a la figura del director de fotografía ha alcanzado la consideración de autor en Alemania, Finlandia, Suecia, Dinamarca, Austria, Bulgaria, Polonia, Noruega, República Checa y Hungría. Las excepciones se encuentran en Francia, Italia, Países Bajos y Bélgica, donde hasta la fecha únicamente los guionistas y los directores han ostentado la condición legal de autor. Asimismo los países de tradición anglosajona –donde prevalece el *copyright system*– no reconocen como autor al director de fotografía (*principle of «work made for hire»*). Cabe hablar de una corriente creciente de reconocimiento de la condición de autor a favor del director de fotografía. La transición que actualmente se está produciendo –del sistema de reconocimiento individualizado de la autoría de la obra en pro del reconocimiento a favor de determinados grupos o categorías profesionales– favorece la condición de autor del director de fotografía.

En Estados Unidos el director de fotografía está obligado a ceder todos los derechos a los productores, incluso los derechos morales que consagra la Convención de Berna suscrita por Estados Unidos. En Iberoamérica también existe una pluralidad de regímenes sobre quién es autor de la obra audiovisual. Responden al sistema de *numerus apertus* o de *numerus clausus*¹⁰. Las convenciones internacionales y la normativa europea dejan en manos de los ordenamientos nacionales la concreción de quién es el autor de la obra cinematográfica. Ciertamente, la Convención de Berna para la protección de las obras artísticas y literarias, en su artículo 14 bis 2, remite a las legislaciones nacionales la cuestión de la propiedad intelectual de la obra cinematográfica. En el marco europeo conviene destacar la Directiva 92/100/CEE del Consejo, de 19 de noviembre de 1992, sobre los derechos de alquiler y préstamo y otros derechos afines a los derechos de autor en el ámbito de la propiedad intelectual, en su artículo 1.2, considera autor o coautor al director principal de una obra cinematográfica o audiovisual y permite que los Estados miembros atribuyan la condición de coautores a otras personas. La Directiva 93/83/CEE del Consejo, de 27 de septiembre de 1993, sobre coordinación de determinadas disposiciones relativas a los derechos de autor en el ámbito de la radiodifusión vía satélite y de la distribución por cable, en su artículo 1.5, y la Directiva 93/98/CEE, del Consejo, de 29 de octubre de 1993, relativa a la armonización del plazo de protección del derecho de autor y de determinados derechos afines, en su artículo 2, se pronuncian en términos similares.

⁹ Por ejemplo, en Alemania existía un reconocimiento individualizado de la autoría de la obra hasta que, en julio de 2002, se promulgó una nueva ley que reconoce expresamente la condición de autor a favor de determinadas profesiones, entre otras, la de director, director de fotografía y editor.

¹⁰ Antequera Parilli, R., *Derecho de autor, Tomo I*, Dirección Nacional de Derecho de Autor, Caracas, 1998, p. 216 y ss.

Por tanto, las directivas europeas armonizan parcialmente la noción de coautor de la obra cinematográfica. La Comisión Europea, en su Informe al Consejo, al Parlamento Europeo y al Comité Económico y Social sobre la cuestión de la autoría de las obras cinematográficas o audiovisuales en la Comunidad /* COM/2002/0691 final */. declaró que Europa no necesita armonización alguna sobre la cuestión de la autoría de las obras cinematográficas y que los problemas que surjan eventualmente pueden solventarse mediante acuerdos contractuales. La doctrina no comparte esta perspectiva teniendo en cuenta el elevado número de conflictos generados a consecuencia de la pluralidad de regímenes jurídicos¹¹. En cualquier caso, la Comisión dejó en el citado Informe una puerta abierta al disponer que las regulaciones nacionales en materia de contratos serían objeto de futura revisión. La regulación actual no colma ni se corresponde con la labor destacada y sobresaliente que desarrolla el director de fotografía en la realización de la obra audiovisual. Parece ahora conveniente recordar la aportación creativa del director de fotografía que justifica su condición de coautor de la obra. Recapitulando, al ser responsabilidad del director de fotografía el diseño de la luz y de la cámara, su contribución creativa le legitima como coautor y merece ser reconocido así por la legislación vigente. Otros argumentos que sustentan esta posición se apuntan a continuación:

- Pese a que la legislación, tal y como hemos señalado arriba, no reconoce en todo caso la autoría del director de fotografía, los tribunales sí la admiten para las obras fotográficas individuales. En efecto, el director de fotografía decide qué fragmentos de imagen insertar, la luz, etc., imprimiendo así a las obras fotográficas su estilo personal por lo que alcanzan el nivel de originalidad exigido por la ley¹². Por tanto, el director de fotografía puede ser considerado autor de las obras fotográficas individuales que integran la obra audiovisual y se explotan de forma separada. Tiene así la propiedad exclusiva de los derechos económicos y morales que se derivan de su condición de autor.
- La denominación «director» de fotografía. La palabra director pone de relieve que asume una función «rectora» con respecto a la cámara.
- Asimismo existen multitud de galardones que premian la labor fotográfica de las obras audiovisuales. Se premia el arte, la sensibilidad del director de fotografía, no la técnica.
- El productor, con frecuencia, cuando contrata los servicios del director de fotografía le obliga a transmitir todos los derechos económicos. Si el director de foto-

¹¹ Busch, C., «Directores de Fotografía y Derechos de Autor», en *Libro de las Actas del Primer Congreso Internacional de Directores de Fotografía –Huelva, 2004–*, 2006, pp. 32 y 33.

¹² Como creador de fotografías individuales, el director de fotografía goza de una protección subsidiaria, ya que la legislación en materia de derechos de autor viene aceptando que una parte de una obra original debe protegerse como obra original.

grafía no tuviera la consideración de coautor, por lo relevante de su aportación a la obra, esta cesión no tendría sentido alguno.

- La pluralidad de soluciones jurídicas en materia de autoría crea confusión y dificulta las coproducciones.

Por último, una mención especial a la legislación española. El artículo 87 de la Ley de Propiedad Intelectual establece que son autores el director-realizador; los autores del argumento, la adaptación, y los del guión o los diálogos; los autores de las composiciones musicales, con o sin letra, creadas especialmente para esta obra. Un sector de la doctrina interpreta este precepto como si el catálogo se tratara de un *numerus clausus*, por lo que la figura del director de fotografía, al no estar recogida expresamente, no tendría cabida¹³. Sin embargo, la Ley 17/66, relativa a la Propiedad Intelectual (LPI) en las obras cinematográficas, hoy derogada, contemplaba como autores, además de los que recoge la ley vigente, a todas las personas que, mediante una actividad de creación intelectual, participasen en la creación de dichas obras. Esta fórmula se ha suprimido en el actual artículo 87 LPI. Otros estudiosos estiman que el director de fotografía merece la consideración de autor de la obra audiovisual y argumentan que puede ser incluido en el precepto 87 de la LPI por medio de interpretaciones analógicas, *a simile*, aduciendo también que las normas restrictivas de derechos deben ser interpretadas restrictivamente. Concluyen que el artículo 87 no establece un catálogo cerrado de autores¹⁴.

Esta polémica interpretativa queda zanjada con la propuesta de Ley del Cine presentada el 28 de diciembre de 2006 por la ministra de Cultura al sector cinematográfico y televisivo. Entre otras importantes novedades, el documento base reconoce la autoría del director de fotografía¹⁵.

CONCLUSIONES

A pesar de la evidente creatividad que el director de fotografía emplea en su trabajo en un filme, el derecho comparado no siempre reconoce su aportación a la obra de forma suficiente. De *lege ferenda*, se hace necesaria una regulación que, de un lado, haga justicia a su labor original y creativa y, de otro, armonice los aspectos sustanciales de esta figura. En España, hasta ahora, tan sólo el director, el guionista y el músico de la película eran considerados autores. El pasado día 28 de diciembre de 2006 se ha planteado una propuesta de ley en la que el director de fotografía se considera

¹³ Pérez de Castro, N., *Las obras audiovisuales. Panorámica jurídica*, Madrid, Tecnos, 2001, p. 47 y ss.

¹⁴ Rogel, C., *El Derecho de Autor de los Directores de Fotografía*, Editorial REUS, S. A., Madrid, 2006, pp. 10-11.

¹⁵ García, R., «Espaldarazo al productor independiente», *El País*, viernes 29 de diciembre de 2006, p. 44.

autor de la obra cinematográfica. Esta medida está motivada *por el carácter cada vez más creativo que, en el cine actual, posee la labor de quienes componen la imagen a través de la luz y la cámara*¹⁶.

Aunque pendiente de aprobación, esta propuesta ofrece una perspectiva favorable para los derechos de autor del director de fotografía, aunque aún existen determinados aspectos por los que se ha de seguir luchado. Entre ellos se encuentra el problema de la mutilación de imágenes (*cropping images*), sobre todo en la televisión, debido a la incompatibilidad de formatos. A este respecto continúa la lucha por conseguir que los filmes se proyecten en las pantallas de las salas de exhibición, en el formato que el director de fotografía junto con el director del filme han elegido como el más idóneo para la narración. La incompatibilidad de formatos provoca en numerosas ocasiones la evidencia del aparato técnico empleado en la elaboración del filme como el indeseado micrófono dentro de cuadro, que rompe con la verosimilitud de la narración. Otro de los aspectos por los que los directores de fotografía están luchando es por que sea respetado su trabajo de etalonaje¹⁷ realizado en la fase de postproducción. Mediante este proceso, el director de fotografía confiere al resultado total una unidad en términos de colorimetría, contraste y brillo de la imagen. Los directores de fotografía reivindican que su trabajo de etalonaje no se arruine por una falta de responsabilidad en el calibrado de las lámparas de proyección de las salas de exhibición cinematográfica. Debido a la imposibilidad de controlar cada una de las salas de exhibición existentes, los productores deben considerar, no sólo el derecho de los directores de fotografía a etalonar la copia, sino asegurarse de que su proyección en salas comerciales cumple con una normativa estándar que ofrezca una correcta proyección del filme. De hecho, algunos directores de fotografía están dando calificaciones de calidad a aquellas salas cinematográficas que cumplen la normativa para una correcta exhibición, respetando los parámetros artístico-técnicos decididos por el director.

¹⁶ García, R., «Espaldarazo al productor independiente», *El País*, viernes 29 de diciembre de 2006, p. 44.

¹⁷ El etalonaje es el procedimiento realizado en postproducción, mediante el cual se equilibra la colorimetría y el contraste y brillo del filme.

BIBLIOGRAFÍA

- Antequera Parilli, R. (1998), *Derecho de autor, Tomo I*, Caracas, Dirección Nacional de Derecho de Autor.
- Busch, C. (2006), «Directores de Fotografía y Derechos de Autor», en *Libro de las Actas del Primer Congreso Internacional de Directores de Fotografía (Huelva, 2004)*.
- García, R. (2006), «Espaldarazo al productor independiente», *El País*, viernes 29 de diciembre.
- Marín Ibáñez, R. (1995), *La creatividad: diagnóstico, evaluación e investigación*, Madrid, Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Pérez de Castro, N. (2001), *Las obras audiovisuales. Panorámica jurídica*, Madrid, Tecnos, p. 47 y ss.
- Revault d'Allones, F. (2003), *La luz en el cine*, Madrid, Cátedra.
- Rogel, C. (2006), *El derecho de autor de los directores de fotografía*, Madrid, Editorial Reus.
- Schaefer, D., y Salvato, L. (1993), *Maestros de la luz. Conversaciones con directores de fotografía*, Madrid, Plot.
- Zebrowski, M. (ed.) (2006), *Robby Müller, lifetime achievement*, Torun, Camerimage Festival Organizer-Tumult Foundation.

OTRAS FUENTES

<http://www.aecdirfoto.org/biblio/dirfoto1.htm>

<http://www.imago.org>

La formación jurídica, económica y empresarial del productor ejecutivo en cine. Un análisis de sus necesidades formativas a partir del estudio de casos

393

MARÍA SOLER CAMPILLO
Universitat Jaume I de Castellón

INTRODUCCIÓN: LA FORMACIÓN DEL PRODUCTOR CINEMATOGRAFICO EN LA UNIVERSIDAD ESPAÑOLA

Se puede constatar en estos últimos años cómo la Universidad española, en numerosos ámbitos, está haciendo importantes esfuerzos por aproximarse a la realidad del mercado laboral, una actitud manifiesta en el campo de estudios sobre la comunicación audiovisual y la publicidad. Hasta hace sólo quince años resultaba extraño ver a profesores de universidad en contacto con empresas del sector audiovisual. En la actualidad, y por citar sólo un ejemplo, nuestros estudiantes de Comunicación Audiovisual y de Publicidad y Relaciones Públicas tienen en sus planes de estudios una asignatura denominada «Prácticas en Empresas», de quinto curso y con 12 créditos obligatorios en la Universitat Jaume I, que les obliga a entrar en contacto con la realidad profesional.

La mayoría de las universidades españolas han incluido la realización de prácticas como un espacio docente más, tal vez siguiendo el ejemplo de lo que se viene realizando en Formación Profesional desde hace años, y también las tendencias educativas que se vienen practicando en las universidades de los países más avanzados del mundo como Estados Unidos, Canadá, Gran Bretaña, Alemania, Francia, Italia, Holanda, etc. Esta situación, inédita hasta hace poco en la Universidad española, ha fomentado (y obligado) la creación de vínculos entre el claustro de profesores y los

cuadros de profesionales de las empresas y, lentamente, está obligando a realizar una revisión en profundidad de los currícula de los actuales planes de estudio. El colofón a este proceso viene marcado en especial por la inminente implantación del Espacio Europeo de Educación Superior en España, siguiendo las directrices de la Declaración de Bolonia, que va a provocar una profunda revisión de los planes de estudio de las titulaciones universitarias de nuestro país, con la creación de los títulos de Grado y de Postgrado y la extinción definitiva de las actuales licenciaturas. La mayoría de las universidades españolas, y especialmente la Universitat Jaume I, han reconocido que uno de sus objetivos principales es atender las necesidades de la sociedad a la que sirve, lo que implica reconocer que el contacto con el mundo empresarial es imprescindible para una correcta orientación académica de las titulaciones que se imparten.

Precisamente el contacto con el mundo profesional de la producción audiovisual en los campos del cine, la televisión, el video, la radio, el campo multimedia, etc., constituye en sí mismo un desafío para quienes nos dedicamos de forma intensiva (a tiempo completo) a la actividad docente. En un campo como el nuestro, la Comunicación Audiovisual y la Publicidad, esta tendencia a entrar en contacto con el mundo profesional se ha convertido simplemente en necesidad. Si hace quince años era muy raro encontrar manuales docentes e investigaciones sobre ámbitos específicos como la Agencia de Publicidad, la tecnología de los medios audiovisuales, la producción y realización audiovisual o la empresa informativa y audiovisual, hoy en día podemos decir que tenemos a nuestra disposición mucha bibliografía, principalmente de procedencia anglosajona. Para hablar con mayor precisión, cabría decir que, en muchos casos, hay ya bibliografía disponible, pero sin duda y con demasiada frecuencia resulta todavía muy insuficiente y no llega a cubrir las necesidades formativas de nuestros estudiantes, a menudo por el hecho de que se trata de traducciones de obras anglosajonas que poco tienen que ver con nuestra realidad profesional y académica.

El campo que nos ocupa, el ámbito de la docencia y de la investigación sobre la «Empresa Audiovisual», no es ajeno a este tipo de problemas. De hecho, podemos decir que existe muy poca bibliografía sobre el tema y que el nivel o grado de relación entre la realidad profesional y los contenidos que en esta asignatura se imparten es todavía insuficiente.

La presente comunicación pretende contribuir modestamente a potenciar ese contacto del que hablamos entre la realidad profesional y el mundo académico. Con el fin de definir con mayor precisión los contenidos que habrían de impartirse en la asignatura de «Empresa Audiovisual», se ha creído pertinente diseñar un pequeño cuestionario que una muestra reducida de productores y expertos (que aúnan la doble faceta de docentes universitarios y profesionales, en algunos casos) respondería para determinar los aspectos fundamentales en una asignatura como ésta.

Es necesario realizar una acotación previa, para evitar posibles equívocos, y que se ha advertido a los encuestados. En el actual plan de estudios del título de licenciado en

Comunicación Audiovisual, ámbito de referencia en el que nos movemos, existen distintas asignaturas que tratan diferentes aspectos relacionados con la formación del productor audiovisual, objeto principal de esta investigación.

En primer lugar, existe una asignatura, denominada «Estructura del sistema audiovisual», que en la Universitat Jaume I se imparte en cuarto curso, y se ocupa de enmarcar el sistema audiovisual en el contexto social, tecnológico y político, estudiando los conceptos, ámbitos y dinámicas que confluyen en su conformación. Por otra parte, en esta asignatura se estudian los diferentes sectores del sistema audiovisual, desde una perspectiva industrial y de los elementos externos que afectan al mercado audiovisual. La asignatura «Estructura del sistema audiovisual» se propone así identificar los principales retos, obstáculos y oportunidades a los que se enfrenta el sistema audiovisual, sobre todo en clave prospectiva, y dotar al alumno de una capacidad de reflexión crítica hacia la situación actual. Entre los temas que se tratan se puede destacar el estudio de los agentes, actores y sectores del sistema audiovisual, el impacto de la tecnología en el sistema audiovisual, la sociedad de la información y el sistema audiovisual, la dimensión política del sistema audiovisual y el estudio del sistema audiovisual por sectores (el sector televisivo –modelos de TV analógica, la digitalización televisiva–, el sector radiofónico y la estructura del sector cinematográfico). Se trata, en definitiva, de una visión de los sectores del campo audiovisual donde el estudio concreto de la empresa queda diluido para obtener una visión agregada de las empresas del sector.

En segundo lugar, existe otra asignatura en el Plan de Estudios del título de licenciado en Comunicación Audiovisual, denominada «Producción y gestión de proyectos audiovisuales», asignatura troncal de seis créditos (tres teóricos y tres prácticos), que también se imparte en cuarto curso, que se propone ofrecer al alumno una visión conjunta práctica y realista que sitúe la gestión de proyectos audiovisuales en el entorno de una empresa audiovisual, y apoye y complemente la formación necesaria del productor audiovisual. Esta asignatura troncal de cuarto curso, que se imparte en el primer semestre del curso académico, se centra en el estudio de los sistemas de producción en los diferentes sectores audiovisuales, desde el punto de vista de los recursos técnicos, humanos y financieros, implicados en cualquier tipo de producto audiovisual. La asignatura de «Producción y Gestión de Proyectos Audiovisuales» plantea un examen de los fundamentos de la organización del trabajo en la creación de productos audiovisuales, con un enfoque eminentemente práctico. Entre los objetivos de esta asignatura se señalan: introducir al alumno en las rutinas de trabajo de la producción audiovisual en sus diferentes soportes cinematográfico, televisivo y radiofónico, adquirir unos hábitos de trabajo en la organización de la producción audiovisual y conocer las técnicas de desglose de guiones en los diferentes soportes audiovisuales. Así pues, esta asignatura relacionada con el ámbito de la producción no tiene como objeto de estudio el funcionamiento de las dinámicas de la empresa

audiovisual, aunque para el desarrollo profesional del trabajo del productor este tipo de conocimientos es imprescindible, como veremos.

En síntesis, podríamos afirmar que la asignatura «Estructura del sistema audiovisual» propone el estudio de los sujetos y agentes de la comunicación, esto es, el examen de las fuerzas sociales, políticas y tecnológicas que conforman el sistema audiovisual, de tal modo que se trata de dar una respuesta a la pregunta sobre cómo se configuran las fuerzas que controlan los medios de comunicación social y quiénes son los sujetos o agentes que se ocultan tras ellos. Por su parte, la asignatura de «Producción y gestión de proyectos audiovisuales» se propone el estudio de las técnicas de organización y gestión de cualquier tipo de producción audiovisual, por lo que respecta al conocimiento y aplicación de las rutinas de trabajo en la gestión de recursos técnicos, humanos y financieros.

De esta forma, la asignatura de «Empresa Audiovisual» cubre el hueco entre la visión de industria, de sector, a nivel agregado del audiovisual y el estudio concreto de las funciones de producción del producto audiovisual. Es necesario señalar asimismo que en el primer ciclo de la titulación de licenciado en Comunicación Audiovisual, como también sucede en Publicidad y Relaciones Públicas, existe una asignatura llamada «Empresas de comunicación», que constituye una introducción al estudio de la economía de la empresa. Las asignaturas de «Empresa», impartidas por profesores especialistas del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad, desarrollan así el estudio del resto de funciones necesarias en la empresa audiovisual para hacer posible la producción. En concreto, la asignatura de «Empresas de comunicación» en la Universitat Jaume I, en una primera parte, estudia el marco económico, jurídico, fiscal y laboral de las empresas de comunicación. Incide en las obligaciones jurídicas y la regulación de estas empresas; los impuestos que les afectan, las variables macroeconómicas importantes para una información económica básica que permita la correcta toma de decisiones empresariales y el estudio de otros aspectos microeconómicos básicos como los mecanismos de formación de los precios y los costes en las empresas. También se estudia en la segunda parte una introducción a la administración y organización empresarial con el tratamiento de los recursos humanos y la dirección empresarial.

La asignatura de «Empresa audiovisual» se configura como una continuación de la anterior, centrándose en las empresas de comunicación de tipo audiovisual. En una primera parte se profundiza en los aspectos anteriores comentados de la primera parte de la asignatura de «Empresas de Comunicación» incidiendo en la especificidad para las empresas del audiovisual, el estudio de los sistemas de información, los sistemas de financiación y administración, y se profundiza en la dirección empresarial. En una segunda parte se trata desde el punto de vista de la economía de la empresa y de la economía de la comunicación, cada uno de los tipos de empresas del sector audiovisual (televisión, radio, cine, internet). De este modo, la segunda parte de la asigna-

tura «Empresa Audiovisual» analiza la idiosincrasia de cada tipo de empresas, es decir, las particularidades de su organización interna, patrimonio, gastos e ingresos, financiación, distribución y comercialización, etc. Esta segunda parte se cierra con una visión de estos aspectos en otro tipo de empresas auxiliares de las empresas audiovisuales o de sectores de influencia del audiovisual como los sectores de la fotografía, la industria discográfica, la prensa y la publicidad.

EL TRABAJO DEL PRODUCTOR Y SUS NECESIDADES FORMATIVAS: LÍMITES Y PROBLEMAS CONCEPTUALES

No obstante, debemos retomar el objeto de la comunicación, centrado en el estudio de las necesidades formativas del productor ejecutivo, en el ámbito de la producción cinematográfica, objeto del presente congreso.

Para ello es necesario detenerse, siquiera brevemente, en el estudio de las funciones del productor. Es un tópico afirmar que cualquier producto audiovisual posee una naturaleza *interdisciplinar*, resultado de un *trabajo en equipo*. En efecto, dada la complejidad de los procesos de producción en los campos del cine, la televisión, la radio, etc., cada vez resulta más necesaria la participación de numerosos profesionales y especialistas, procedentes de los más diversos ámbitos, como documentalistas, escenógrafos y directores de arte, guionistas, iluminadores, operadores de fotografía, especialistas en ambientación musical, actores y actrices, decoradores, carpinteros, eléctricos... Cada uno de los distintos campos de la producción audiovisual plantea su propia idiosincrasia.

Sin embargo, como en cualquier trabajo en el que participa un nutrido grupo de profesionales y especialistas, es necesaria la existencia de un líder, de un responsable que dirija y organice las tareas a realizar hasta la obtención del producto final. En el ámbito de la producción audiovisual, y más concretamente en el sector de la producción cinematográfica y también televisiva (dos sectores que están profundamente imbricados en la actualidad, lo que lleva a hablar con frecuencia de *productor audiovisual*); a esta figura se la conoce con el nombre de *productor ejecutivo*, una profesión reconocida como absolutamente esencial en el proceso de producción de cualquier obra audiovisual. No obstante, a pesar de la importancia estratégica que representa el *productor* y los *procesos de producción* en el sector audiovisual, podemos constatar un notable déficit de estudios, ensayos y análisis en torno a esta cuestión, contrariamente a lo que cabría esperar.

Alguien que cargue sobre sus espaldas la responsabilidad de dirigir y liderar grupos de profesionales tan amplios debe tener un profundo conocimiento de la *naturaleza* de los procesos de producción implicados y, por tanto, del campo audiovisual. De este modo, el productor es un profesional que debe poseer amplios conocimientos, puesto

que para tomar decisiones hay que conocer con detalle el medio en el que se trabaja. Dada la complejidad de dichos procesos (para producir un film, un spot publicitario, un programa de televisión, etc.), el *productor* habrá de tener un conocimiento exhaustivo sobre todas las profesiones que cualquier producción audiovisual involucra. No obstante, el productor no es un realizador, no *ejecuta* por sí mismo ninguna de las tareas implicadas en la elaboración de un producto audiovisual, si bien habrá de *supervisarlas* todas, y tendrá que tener criterios y argumentos para juzgar la calidad de los diferentes procesos implicados.

En definitiva, como señala el profesor Ramiro Gómez Bermúdez de Castro (2005), el productor debe considerarse como el «motor» de la industria audiovisual (cinematográfica o televisiva). En pocas palabras, se podría definir el productor como un empresario y un gestor u organizador que debe tener una capacitación muy amplia para enfrentarse a las tareas más heterogéneas: procesos de negociación para la financiación, distribución y comercialización de las producciones audiovisuales, conocimientos del marco jurídico y administrativo del audiovisual, al corriente de principios de fiscalidad, contrataciones, gestión empresarial, etc. Por eso cuando se habla de la producción en cine o televisión, se suele olvidar con mucha frecuencia que nos hallamos en un ámbito industrial o, cuanto menos, que aspira a ser «industrial», porque hablamos de una actividad que suele concebirse, demasiadas veces, como artística. Antes que nada, el cine es una industria y, sólo en muy contadas ocasiones, se le puede considerar como un arte, y en el caso del medio televisivo esto es todavía más raro y marginal. El cine, la fotografía, la televisión y la radio son *medios de comunicación de masas*: se trata de manifestaciones culturales de marcado carácter *industrial* aunque en ocasiones reúnan también rasgos *artísticos*. Como ha señalado José Jacoste (1996: 10), el carácter *industrial* del medio cinematográfico explica su extraordinario desarrollo a lo largo del siglo XX. El cine como espectáculo depende en gran medida de la acogida por parte del público. En este sentido, el productor se presenta, en última instancia, como «intérprete de los deseos del gran público». Esto no significa en absoluto que el productor arriesgue su capital personal: la mayoría de las veces la financiación procede de otras personas, físicas o jurídicas (empresas), de entidades financieras, grupos de comunicación, particulares, etc. En cualquier caso, el productor debe ser un experto en comunicación, ya que su papel es concebir, promover, organizar y también *controlar* las producciones audiovisuales bajo su responsabilidad, sea en el campo que fuere. Y muy a menudo lo que está en juego es el prestigio y credibilidad del propio productor ante sus colegas y ante la industria. Paulo Branco (productor independiente de películas tan conocidas y prestigiosas como *En la ciudad blanca*—Alain Tanner, 1983—, *Madregilda*—Francisco Regueiro, 1993—, *Lisbon Story*—Wim Wenders, 1994—, *La carta*—Manuel de Oliveira, 1999—) afirmaba que «si no hay riesgo, no se es productor», una máxima aplicable a cualquier actividad empresarial.

Por tanto, como actividad industrial, la organización y gestión que implica la producción de una película, serie de televisión, *TV-movie*, etc., exige una sólida formación empresarial del productor. Los conocimientos que requiere un productor, como exponen de formas diferentes Cabezón y Gómez-Urbá (1999), Cuevas (1999), Fernández y Martínez (1996), Gómez (2005), Jacoste (1996), Martín (1988) y Sainz (1996), e incluso de manera indirecta Augros (2000) y Miller y otros (2005), son muy amplios, y las funciones que desarrolla y sus nombres son heterogéneos (se habla de productor ejecutivo, asociado, director de producción, etc., cuya problemática no podemos detenernos a estudiar aquí).

UNA APROXIMACIÓN A LA DETERMINACIÓN DE LAS NECESIDADES FORMATIVAS DEL PRODUCTOR: UNA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

En los últimos años, diferentes asociaciones profesionales tan importantes como la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales de España (FAPAE), Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas (EAVF), Productores Audiovisuales Valencianos (PAV), la Asociación Valenciana de Productores Independientes (AVAPI), etc., han mostrado su preocupación por la falta de profesionales cualificados en el campo de la producción ejecutiva que se suele atribuir a la deficiente formación de los estudiantes universitarios de Comunicación Audiovisual, y que también se ha mostrado insuficiente en el ámbito de la Formación Profesional Específica (en los llamados Ciclos de Grado Superior, entre los que existe el de «Producción de Audiovisuales y Espectáculos»). Decíamos al principio de la comunicación que en las universidades se está haciendo un esfuerzo importante por cubrir estas necesidades formativas. Cabe señalar en este sentido que desde hace más de diez años se vienen impartiendo en algunas universidades españolas algunos títulos de máster que han ofrecido resultados muy positivos: es el caso del máster en Producción Audiovisual de la Universidad Complutense de Madrid (en el que colaboran Sogecable, Telecinco y Telemadrid, entre otros), dirigido por los doctores José Jacoste Quesada y Ramón Roselló Dalmau; el máster de Gestión de Televisión de la Universidad Complutense de Madrid, dirigido por el doctor Ubaldo Cuesta Cambra; el máster en Dirección de la Empresa Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid (en el que colabora Antena 3 TV), dirigido por el doctor Antonio Rodríguez de las Heras; el máster de Periodismo en Televisión de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (en el que colabora el Grupo RTVE), que dirige el doctor José María Álvarez Monzoncillo, entre otros. Se trata de másters profesionales que han tratado de cubrir estas demandas de formación del sector audiovisual y de futuros cuadros directivos para las empresas audiovisuales. Y es que la estructura de los másters profesionales, más abierta y favorable además a la participación de profe-

sionales en activo, ha sido el tipo de formación reglada que mejores resultados ha ofrecido en este campo por el momento. En este sentido, el camino que queda por recorrer en el campo de los títulos de Grado y Postgrado y en el de los contenidos de las asignaturas de las actuales licenciaturas de comunicación es todavía muy largo. No obstante, y con el fin de mejorar los actuales contenidos, metodologías y planteamientos de las materias que tratamos, se hace necesario buscar el apoyo y asesoramiento de los profesionales del sector audiovisual, así como profundizar en el conocimiento de la realidad del mundo de las empresas de cine, televisión, etc.

Así pues, hemos creído conveniente diseñar una encuesta sobre los contenidos actuales de la asignatura «Empresa Audiovisual» que han sido sometidos a examen por una pequeña muestra de productores y expertos. La magnitud de un trabajo de estas características nos ha hecho ver la necesidad de reducirla al máximo, aunque lo deseable hubiera sido contar con un panel de expertos más amplio. En total, se ha pasado la encuesta a siete profesionales y expertos. Reproducimos una pequeña tabla que recoge el listado de entrevistados, así como su perfil profesional y/o académico, cuyo *curriculum* es muy extenso en algunos casos.

Cabe señalar que, de los siete encuestados, cuatro de ellos tienen como ocupación principal el trabajo como productores (3-4-6-7), mientras que los otros tres son docentes universitarios (1-2-5), además de conocer muy bien el campo de la producción, por ser consultores (1-2) o productores (5).

Nombre y apellidos (Código)	Perfil profesional y/o académico
D. Javier López Villanueva (1)	Consultor en economía de los medios de comunicación. Autor de Informes y Estudios sobre el Mercado del cine y de la TV. Profesor asociado de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.
D. José Vicente García Santamaría (2)	Director de la empresa Mesa de Ideas, especializada en el asesoramiento de comunicación y marketing estratégico a empresas. Profesor asociado de la Universidad Carlos III de Madrid.
D. Marco Meere de Waal (3)	Director general de «Kalida Producciones, S. L.».
D. Ignacio Varela (4)	Director-gerente del Consorcio Audiovisual de Galicia, formando parte de importantes entidades de gestión audiovisual en el ámbito de España, de la Unión Europea y de Iberoamérica.
D. Ramiro Gómez Bermúdez de Castro (5)	Profesor titular de Producción Audiovisual en la Universidad Complutense de Madrid. Productor de <i>cortos</i> , largometrajes, <i>spots</i> publicitarios y otros audiovisuales, siendo también guionista y director en <i>cortometrajes</i> y documentales. Investigador sobre producción y empresa cinematográfica (autor de numerosos ensayos sobre el tema).
D. Rubén Guillém González (6)	Productor independiente.
D. Xavier Crespo Rico (7)	Director-Gerente de «Dacsa Producciones, S. L.».

La encuesta que hemos diseñado incluye 31 ítems que se estructuran en dos partes diferenciadas: por un lado, aspectos relacionados con la gestión empresarial, en general; por otro, se ha definido un bloque específico de aspectos relacionados con la empresa audiovisual. Cada uno de los ítems presenta una simple tabla que permite marcar el orden de importancia de la temática sobre la que se pregunta, y que el encuestado puede seleccionar entre 5 opciones, de 1 a 5, de menor a mayor relevancia, como contenido a incluir en el programa de la asignatura «Empresa Audiovisual», cuyo contexto académico se describe en la introducción al cuestionario.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA A PRODUCTORES Y EXPERTOS SELECCIONADOS

No resulta posible dar cuenta pormenorizada de los resultados de la encuesta. Uno de los aspectos que llaman la atención de forma más sobresaliente es comprobar el hecho de que no existe una coincidencia unánime en las respuestas en muchas cuestiones que se preguntan. Tal vez la explicación más simple de este hecho es que la mayoría de los encuestados, como sucede con la inmensa mayoría de profesionales de la producción de nuestro país, no ha recibido nunca una formación específica en este campo, sino que es autodidacta.

Pasamos a comentar las respuestas a los principales ítems incluidos en la encuesta:

1. *Conocimientos de contabilidad. Tipos de contabilidad. El Plan General Contable. La cuenta de pérdidas y ganancias. El balance. Obligaciones contables.* Las respuestas revelan una disparidad de opiniones, entre valores de «poca relevancia» (valor «2») a «mucha relevancia» (valor «5» de la encuesta). En general, se reconoce que este tipo de conocimientos tiene valor para la formación del futuro productor.

1	2	3	4	5
	26	57	4	13

2. *Análisis económico y financiero de las cuentas anuales de una empresa: análisis de la liquidez y del endeudamiento. El umbral de rentabilidad.* Como en el caso anterior, también aquí se da una clara división de opiniones. También se reconoce que este tipo de conocimientos tiene valor para la formación del futuro productor.

1	2	3	4	5
	5	26	47	13

3. *Concepto de presupuesto. Clases de presupuesto. Programación y Control presupuestario.* Este aspecto es considerado como una cuestión imprescindible en la asignatura.

1	2	3	4	5
		25		13467

4. *Evaluación y jerarquización de las inversiones empresariales.* De forma mayoritaria, este aspecto es evaluado como muy relevante para la asignatura.

1	2	3	4	5
		1	2357	46

5. *Fórmulas de financiación empresarial: financiación propia, financiación ajena.* En general, se considera que esta cuestión es muy relevante, casi imprescindible.

1	2	3	4	5
		1	23	4567

6. *Negociaciones y gestiones bancarias, medios de pago.* Mayoritariamente, este aspecto es valorado muy positivamente.

1	2	3	4	5
		27	1346	5

7. *Conocimiento del mercado de valores, la bolsa.* En este caso, casi todos coinciden en señalar que se trata de un aspecto poco o nada relevante para la formación del futuro productor o empresario audiovisual.

1	2	3	4	5
16	2347		5	

8. *Los contratos mercantiles: arrendamientos, compra-venta, intermediación, etc.* Se trata de un aspecto, en general, bastante bien valorado.

1	2	3	4	5
	2	67	134	5

9. *La dirección de personal: el liderazgo empresarial, la selección y motivación de trabajadores.* En general, se considera como un tema muy importante para la formación del productor.

1	2	3	4	5
		1	257	346

10. *Contratación de personal: trámites en la seguridad social, gestión de nóminas, inspección de trabajo, conflictos laborales.* También constituye un tema relevante.

1	2	3	4	5
	26	15	347	

11. *Búsqueda y selección de proveedores, contratación de servicios auxiliares a otras empresas.* En general, se considera como un aspecto muy relevante para la formación del productor.

1	2	3	4	5
		123		4567

12. *Impuestos que afectan a la empresa, obligaciones tributarias. Gestiones con las administraciones.* También constituye un tema relevante.

1	2	3	4	5
		267	13	45

13. *Aspectos jurídicos de la empresa: normas legales de las sociedades, funcionamiento órganos de gobierno, estatutos sociales, obligaciones del empresario, etc.* Se trata de un aspecto, en general, bastante bien valorado.

1	2	3	4	5
	2	67	134	5

14. *Conceptos macroeconómicos: Inflación, Producto Nacional, Productividad, Política monetaria, fiscal, etc.* En general, se reconoce que este tipo de conocimientos tiene escaso valor para la formación del futuro productor, aunque las respuestas son divergentes.

1	2	3	4	5
	2346	7	5	1

15. *Conceptos microeconómicos de las empresas en general: la demanda del consumidor, la función de producción, costes fijos y costes variables.* Se considera mayoritariamente que se trata de una temática de valor intermedio.

1	2	3	4	5
		24567	3	1

16. *Técnicas para Procesos de negociación empresarial y comercial.* En este caso existe una inclinación a valorar este aspecto más positivamente.

1	2	3	4	5
		157	236	4

En lo que respecta a las preguntas centradas en la gestión de la empresa audiovisual (de cine y televisión), las respuestas se han orientado, en general, en sentido favorable o muy favorable a incluir los ítems seleccionados como contenidos de la asignatura, como se puede comprobar a continuación:

17. *Aspectos específicos en la gestión de la producción: permisos de rodaje, seguros cinematográficos, contratación de personal artístico y técnico.* En general, se considera este aspecto de forma muy positiva.

1	2	3	4	5
5		6	123	47

18. *Estructura y análisis de un presupuesto de producción de un largometraje, cortometraje, serie o programa de TV, etc.* La coincidencia de los encuestados es casi absoluta en este caso.

1	2	3	4	5
5				123467

19. *Fórmulas de financiación de una producción cinematográfica o televisiva. Fuentes de amortización: ingresos de taquilla y ayudas a la amortización.* Este aspecto es considerado como una cuestión imprescindible en la asignatura.

1	2	3	4	5
			4	123567

20. *Inversión publicitaria y relaciones con los anunciantes en TV. Ventas de publicidad y otras ventas.* Este aspecto es considerado como una cuestión muy relevante para la asignatura.

1	2	3	4	5
		1	37	2456

21. *La información a través de los usuarios de la comunicación (audiencias). Uso de la información y métodos de análisis.* Mayoritariamente, este aspecto es valorado muy positivamente.

1	2	3	4	5
		5	2467	13

22. *El ciclo de vida de las películas y de los programas de TV. Estrategias de marketing.* Este ítem es considerado como una cuestión imprescindible en la asignatura.

1	2	3	4	5
			3	124567

23. *Criterios y métodos de valoración de los programas de TV. Explotación comercial de los derechos audiovisuales.* Lo mismo ocurre en este caso.

1	2	3	4	5
			2	134567

24. *La organización de la producción propia en TV: los programas, unidades de negocio independientes, su financiación y rentabilidad.* Se trata de un aspecto muy bien valorado.

1	2	3	4	5
		25	4	1367

25. *Ingresos y gastos en la empresa de TV. Financiación, ingresos de publicidad y otros ingresos, gastos y rentabilidad. Las Cuentas Anuales de una TV. Análisis económico-financiero: ratios de productividad.* En general, se considera como un tema muy importante para la formación del productor.

1	2	3	4	5
			1346	257

26. *Ingresos y gastos en una productora, sus Cuentas Anuales. Análisis económico-financiero.* En general, este aspecto se considera como un tema muy relevante para la formación del productor.

1	2	3	4	5
		6	7	12345

27. *Creación de una empresa audiovisual: Plan de negocio y de viabilidad.* La coincidencia de los encuestados es casi absoluta en este caso.

1	2	3	4	5
			27	13456

28. *Dirección estratégica de la empresa de televisión.* En general, se considera este aspecto de forma muy *positiva*.

1	2	3	4	5
		2	67	1345

29. *Mecanismos de fomento de la cinematografía (producción, distribución exhibición...): convocatorias de ayudas al fomento del audiovisual de las diferentes administraciones públicas: Ministerio de Cultura, Consejerías de Cultura y Unión Europea.* La coincidencia de los encuestados es casi absoluta en este caso.

1	2	3	4	5
			13	24567

30. *La distribución de un film: el contrato de distribución, técnicas de lanzamiento de un film.* La coincidencia de los encuestados es casi absoluta en este caso.

1	2	3	4	5
			7	123456

31. *La exhibición del film: factores que determinan la permanencia en sala, el contrato de exhibición.* La coincidencia de los encuestados es casi absoluta en este caso.

1	2	3	4	5
			7	123456

La encuesta presentada a los siete profesionales y/o expertos nos permite constatar que la existencia de una asignatura como «Empresa Audiovisual» en el plan de estudios del título de licenciado en Comunicación Audiovisual es de una gran importancia para la formación del productor y/o de los futuros directivos de las empresas audiovisuales, con el planteamiento que se propone.

La encuesta finalizaba con la inclusión de un apartado para que los encuestados pudieran hacer sugerencias sobre otros contenidos que no se hubieran incluido en el cuestionario. En este sentido cabe subrayar que ha existido cierto consenso a la hora de señalar que los contenidos previstos actualmente son bastante completos. El profesor Javier López Villanueva, de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, cree importante que se traten también otros aspectos como la publicidad para las empresas audiovisuales que empiezan y no tienen casi capital, a través de la utilización de herramientas como la creación de blogs, el empleo de páginas gratuitas (tipo YouTube, MySpaces, etc.) o el marketing viral, ya que muchas empresas no disponen de suficiente capacidad financiera para anunciarse en los medios de comunicación tradicionales. Por su parte, José Vicente García Santamaría, de la Universidad Carlos III de Madrid, señala que cabría incluir referencias a aspectos como las coproducciones y la legislación europea de ayudas para la producción audiovisual, que son recogidos como aspectos a tratar, aunque no se incide suficientemente en ellos. Finalmente, Ramiro Gómez Bermúdez de Castro, profesor titular de «Producción Audiovisual» de la Universidad Complutense de Madrid y productor, señala como olvidos importantes los temas de las coproducciones y los mercados internacionales, que también están recogidos en el programa de la asignatura, si bien no aparecen suficientemente destacados.

CONCLUSIONES

Creemos conveniente señalar que, para el diseño de los contenidos de la asignatura de «Empresa Audiovisual», hemos seguido las pautas generales sugeridas, en gran medida, por las recomendaciones y orientaciones del profesor doctor Rafael López Lita, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Jaume I. El trabajo realizado nos permite determinar la pertinencia de la existencia de una asignatura como «Empresa Audiovisual» en el actual plan de estudios de Comunicación Audiovisual, si bien somos conscientes de que hemos trabajado con una muestra muy reducida, aunque bastante representativa de la sensibilidad existente en el sector audiovisual.

Cabe reivindicar asimismo la necesidad de investigar la realidad del sector audiovisual para garantizar una actualización constante de los contenidos que se imparten en asignaturas como «Empresa Audiovisual». En este sentido es imprescindible mante-

ner un contacto permanente con la realidad empresarial para detectar las necesidades formativas de nuestros estudiantes, que pretendemos que se integren lo menos traumáticamente posible en el mundo profesional.

Finalmente, creemos que la formación del docente universitario debe ser, al mismo tiempo, suficientemente solvente en el campo de la economía de la empresa, pero también en el de la Comunicación Audiovisual. Tiene plena conciencia que asignaturas como ésta que nos ocupa se encuadren en el marco del Área de Conocimiento de «Comunicación Audiovisual y Publicidad», frente a docentes procedentes de Áreas como «Marketing», «Comercialización e Investigación de Mercados» o «Administración de Empresas», cuyo conocimiento de la realidad del sector audiovisual es manifiestamente insuficiente. De este modo, pensamos que sólo mediante un contacto estrecho con la realidad profesional del sector audiovisual será posible profundizar en la mejora de los contenidos de la asignatura de «Empresa Audiovisual».

BIBLIOGRAFÍA

- Augros, J. (2000), *El dinero de Hollywood. Financiación, producción, distribución y nuevos mercados*, Barcelona, Paidós Comunicación 113.
- Cabezón, L. A., y Gómez-Urbá, F. G. (1999), *La producción cinematográfica*, Madrid, Cátedra.
- Cuevas, A. (1999), *Economía cinematográfica. La producción y el comercio de películas*, Madrid, Imaginógrafo/Egeda. Edición a cargo de Ramiro Gómez.
- Fernández Díez, F., y Martínez Abadía, J. (1996), *La dirección de producción para cine y televisión*, Barcelona, Paidós.
- Gómez Bermúdez de Castro, R. (2005), *El dinero contra el cine*, Madrid, Imaginógrafo.
- Jacoste Quesada, J. G. (1996), *El productor cinematográfico*, Madrid, Síntesis.
- Martín Proharam, M. A. (1988), *La organización de la producción en el cine y la televisión*, Madrid, Forja.
- Miller, T.; Govil, N.; McMurria, J., y Maxwell, R. (2005), *El nuevo Hollywood. Del imperialismo cultural a las leyes del marketing*, Barcelona, Paidós Comunicación 162.
- Sainz, M. (1996), *Manual básico de producción en televisión*, Madrid, IORTV.

Producción y tecnología

La producción en la postproducción. El caso de *Alatriste*¹

CARMEN CILLER TENREIRO

Universidad Carlos III de Madrid

411

El hecho de afrontar un trabajo como el que a continuación se presenta viene precedido de una serie de reflexiones, producto de una experiencia reciente en el análisis y estudio de las distintas fases en las producciones cinematográficas, tanto en lo relativo al ámbito de la producción ejecutiva como en lo que afecta a la dirección de producción.

Al margen de cualquier valoración estética, de éxito de taquilla o de obtención de beneficios, los largometrajes producidos en nuestro país en los últimos años se han incorporado de manera absoluta a los nuevos procesos y avances tecnológicos digitales, y de manera fundamental en lo que afecta a la fase de postproducción. Exponente de ello son algunos títulos que, sin duda, hubiesen tenido difícil existencia de no haberse fraguado en el nuevo entorno digital. Algunos de los más sobresalientes entre el 2002 y el 2006 han sido los casos de *La gran aventura de Mortadelo y Filemón* (2003) de Javier Fesser, largometraje español de mayor éxito de taquilla en los últimos cinco años². Otro ejemplo de largometraje imposible de afrontar al margen de

¹ Este trabajo ha sido realizado gracias a la financiación del Proyecto de Investigación I+D *Cultura, sociedad y televisión en España (1956-2006)*, dirigido por José Manuel Palacio Arranz en la Universidad Carlos III de Madrid.

² *La gran aventura de Mortadelo y Filemón*. Estreno: 30-I-2003. Con 4.979.991 espectadores y 22.827.620,68 euros. Datos del Ministerio de Cultura a 7 de febrero de 2007.

los nuevos procesos digitales y al que también ha acompañado una exitosa acogida en la taquilla ha sido el caso de *Alatriste* (2006)³ de Agustín Díaz Yanes.

Recordemos que desde finales de los años ochenta se incorporan al mercado cinematográfico los sistemas digitales de las marcas registradas como *Première*, *Final Cut* o *Avid*, lo que supone una auténtica revolución en el sector, tanto en lo que afecta a los materiales tecnológicos como a los procesos de montaje y postproducción.

A raíz de una notoria ausencia de documentación sobre el tema, y puesto que resulta imposible recabar información sin acudir, en definitiva, a aquellos que viven y construyen en cada experiencia de una producción cinematográfica el auténtico trabajo de gestión de producción, decidimos contactar con algunas de las personas responsables de todo el trabajo de postproducción de imagen y de sonido, entre las que se encontraba el director de postproducción de una de las producciones de mayor dimensión (entendida como de mayor cuantía económica, *veintidós millones de euros*) realizada en nuestro país en los últimos años: el largometraje *Alatriste*.

A continuación se exponen algunas de las reflexiones y aspectos planteados a lo largo de una entrevista con el productor. Durante la misma se tratan una serie de temas fruto de su experiencia en la producción cinematográfica en los últimos veinte años y su más reciente trabajo en el largometraje *Alatriste*: las ventajas y riesgos que implica la nueva tecnología digital y sus repercusiones económicas; el impacto de la tecnología en la organización temporal de la producción; los recursos humanos que surgen y qué funciones asumen.

VENTAJAS Y RIESGOS QUE IMPLICA LA TECNOLOGÍA DIGITAL EN LA POSTPRODUCCIÓN Y SUS REPERCUSIONES ECONÓMICAS

Si existen dos grandes pilares que soportan toda producción cinematográfica, éstos son tiempo y dinero. El primero es directamente proporcional al segundo. Con independencia del tipo de imprevisto o imponderable que surja durante la producción y que implique una mínima dilación temporal en alguna de las distintas fases o en las jornadas laborales, afectará ineludiblemente a la economía del proyecto, es decir, al presupuesto, encareciendo por tanto la producción. El extendido mito de que «la digitalización conlleva un considerable abaratamiento de la producción» (Rubio Alcover, 2006: 17) puede invertirse si no se actúa con prudencia y un exquisito conocimiento de los distintos elementos y particularidades que integran el proceso de postproducción. En el ámbito de la parte puramente técnica, la principal ventaja del

³ *Alatriste*. Estreno: 1/9/2006. Con 3.104.483 espectadores y 16.358.921,78 euros de recaudación durante el 2006. Datos del Ministerio de Cultura 7 de febrero de 2007.

avance tecnológico digital, tanto de imagen como de sonido, son las múltiples posibilidades que ofrecen los nuevos programas, más que el abaratamiento de los costes o la reducción de los tiempos de trabajo. Cuando se empezaron a hacer montajes en Avid, todos los productores querían imponerlo como un sistema que reducía los tiempos de montaje.

[...] el nombre Avid se ha hecho tan famoso, que al igual que le ocurrió a la moviola se ha convertido en el prototipo de los demás. En nuestros días esa palabra se utiliza para referirse al concepto de editor no lineal en general, aunque cada modelo concreto sea fabricado por una compañía diferente (Lara, 2005: 117).

Sin embargo, Avid, en el montaje de imagen, y Protools, en el de sonido, lo que verdaderamente han permitido es que, casi en el mismo tiempo y con algo menos de personal técnico, se pueda experimentar mucho más con la película.

[...] dependiendo de la máquina de origen y la de destino, se elegirá la mejor opción, aunque con el tiempo casi todas las compañías han ido convergiendo hacia caminos parecidos. Concretamente, como la asociación entre el Avid (para la imagen) y el Protools (para el montaje de sonido), es la más frecuente, se ha convertido en el estándar que han imitado el resto de las empresas (Lara, 2005: 145).

Resulta fundamental realizar una valoración de todas las herramientas de trabajo que ofrecen las nuevas tecnologías e intentar mantener siempre criterios de calidad, lo que no significa necesariamente una reducción de los tiempos de trabajo.

Desde una fase muy previa del montaje de la imagen, el director puede comenzar a ver efectos digitales y pruebas de títulos de crédito. Todas estas posibilidades que ofrecen los dispositivos técnicos no eliminan el riesgo de obviar alguno de los procesos que anteriormente se realizaban, como las proyecciones en pantalla grande del montaje de imagen. El tiempo de lectura de la imagen en pantalla es diferente a una lectura en pantalla de 15 pulgadas, tanto por lo que se ve como por lo que no se ve. Desde detectar problemas de foco hasta la aparición en el plano de la imagen de telas, trípodes, pértigas, que en la proyección en Avid resultan más difíciles de percibir. Existen productores que para minimizar costes eliminan este proceso.

Otro ejemplo lo encontramos en el etalonado de la película. Anteriormente el director transmitía al director de fotografía su visión de conjunto de las características lumínicas y cromáticas de la película y el director de fotografía etalonaba aproximadamente en una semana. Actualmente el etalonaje se realiza digitalmente sobre un monitor; el director asiste al proceso con el director de fotografía, y trabajan plano a plano, lo que ralentiza el proceso y dilata el trabajo a unas cuatro semanas.

El encarecimiento de los presupuestos no viene de la introducción de la nueva tecnología, sino de su mala utilización. El conocimiento preciso de las posibilidades que ofrece la postproducción digital permite actuar en el rodaje y tomar decisiones con

antelación que abaratan los costes de la producción. Resulta más económico duplicar figurantes que contratarlos, reconstruir fondos con *chromas* o sonorizar determinados ambientes que aportan mayor realismo que la propia localización. Esta lógica no implica que las películas sean más caras, sino que conlleva que en las anteriores condiciones o no se hubiesen producido o hubiesen resultado mucho más costosas.

LOS RECURSOS HUMANOS Y SUS FUNCIONES EN LA POSTPRODUCCIÓN

Una de las figuras clave en estos nuevos procesos es la del director de postproducción. Pertenece al equipo de producción y entre sus principales responsabilidades se encuentra la de conocer y seleccionar todos los recursos técnicos, humanos y actividades que integran esta etapa.

Identificado como aquella persona responsable de asumir la organización completa de la postproducción, su primera y prioritaria labor será la de realizar un plan de trabajo y supervisar su coordinación y cumplimiento. Una correcta supervisión de la postproducción es aquella que se inicia en la preproducción de la película, cuando todavía se está a tiempo de evitar o apuntar determinadas decisiones durante el rodaje que pueden afectar a la postproducción, bien enriqueciéndola, bien subsanando futuras complicaciones innecesarias. En este sentido, el director de postproducción realiza reuniones de equipo previas al rodaje con el director de producción, el director, el montador de imagen y el montador de sonido. Este tipo de encuentros aporta sentido al trabajo de cada uno y, en muchos casos, a consecuencia de decisiones equilibradas y razonadas, suaviza algunas partidas del presupuesto. Uno de los ejemplos más evidentes en *Alatriste*, remarca el director de postproducción, fue el rodaje de la escena de la goleta. El rodaje se realizó en Cádiz, en el mar, con todas las complicaciones de rodaje y climatología que supone un exterior. Finalmente, en la pantalla apenas se aprecia la presencia del mar en la escena, a consecuencia del tipo de iluminación empleada (una escena nocturna). Si el rodaje se hubiese realizado en un plató, utilizando un *chroma* sobre el que introducir posteriormente el mar, la complejidad y encarecimiento económico que supuso el rodaje en exterior hubiesen sido menores. Las reuniones de equipo tendrán su continuación durante la postproducción. Sin poner en cuestión que la última palabra la tienen el director, productores y productores ejecutivos, el director de postproducción va a asumir determinadas decisiones creativas, ejerciendo un determinado y sutil control artístico sobre el proceso. Este hecho no es nada habitual en nuestro país; realizar esta función requiere de algo más que conocer escrupulosamente la técnica. Es en este aspecto en el que el director de postproducción se diferencia de otra figura que ha surgido con la nueva tecnología digital, la del coordinador de postproducción. Éste presenta un perfil más especiali-

zado, ya que se encarga de los aspectos más técnicos de la postproducción, no toma ningún tipo de decisión creativa y se limita a supervisar que todo esté funcionando en cada momento del proceso. Esta parte final de la producción de la película requiere una atención especial y un escrupuloso cuidado en cada elección que se realiza. Las consecuencias son de un profundo calado para el resultado final desde que se inicia la postproducción.

Una de las grandes novedades del proceso surge con la postproducción de sonido. La tecnología digital implica que se puede tardar tanto o más que antes en realizar los trabajos porque permite llevar a cabo numerosas posibilidades y cambios. Una de las primeras consecuencias es la que supone la especialización de los profesionales. Los directores de postproducción reivindican la figura de los montadores de imagen y de sonido aunque se trabaje con Avid y Protools, y que no sean sustituidos por técnicos de imagen y de sonido. Su visión es que hay que mantener el criterio profesional del cine, en donde cada profesional tiene su propio oficio y su puesto. Una cosa es manejar la tecnología y otra el conocimiento del oficio. Esto también implica que, con la aparición de un mayor número de herramientas de trabajo, y con el conocimiento y control de las posibilidades que ofrecen los nuevos equipos de los montadores, se podrán ofrecer más posibilidades a los directores. La gran ventaja es que la película llegue a la última fase de mezclas y etalonaje con un trabajo muy adelantado.

EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN LA ORGANIZACIÓN TEMPORAL DE LA PRODUCCIÓN

En lo que afecta a la película, la tecnología digital ha modificado sustancialmente la labor del trabajo de producción. Lo fundamental es que desde una fase temprana del montaje el productor puede valorar su película mucho antes de que ésta llegue a la fase final de mezclas de sonido, lo que le permitirá dos reacciones fundamentales: realizar elecciones más precisas y actuar con antelación. El trabajo de postproducción se caracteriza por un efecto dominó: cada fase del proceso se verá impulsada por la anterior, para lo que resulta imprescindible ir confirmando decisiones.

El trabajo del director de postproducción se aúna en dos tareas fundamentales: por una parte, tener un conocimiento exhaustivo de todos los elementos y actividades que integran la postproducción de imagen y de sonido, y, por otra, organizar un calendario de trabajo y supervisar su coordinación y cumplimiento. El director de postproducción confecciona un calendario de postproducción en el que ha de remontar un camino en el que se suceden distintas fases que implican el visto bueno a numerosas decisiones creativas: cerrar definitivamente el montaje de imagen, realizar los dobla-

jes, componer y grabar las músicas, realizar efectos sala y efectos digitales para ir a las mezclas finales y finalmente obtener la copia estándar definitiva y llegar al día del estreno.

El calendario de postproducción

Al margen de cuestiones eminentemente técnicas que aparecen explicadas en cualquier manual o libro sobre la nueva tecnología digital, la explicación del calendario de postproducción implica una serie de premisas, o de preparación de procesos que hay que contemplar previa realización de un calendario. La primera fase que se ubica en el plan es la que concierne al montaje de imagen en Avid. Durante este tiempo se inician otros procesos que deberán estar listos y preparados para el escaneado y el filmado del material, como son la preparación de los efectos digitales y los títulos de crédito para estar listos para las mezclas. Otra de las previsiones, una vez finalizado el montaje, es la que supone la convocatoria de los actores para la realización del doblaje (cuya duración será proporcional a determinadas decisiones creativas que se tomen durante el montaje y a las necesidades de los actores). También en la previsión de elaboración del calendario hay que contemplar que seis semanas antes de realizar las mezclas hay que tener preparadas las músicas, por lo que su composición y grabación se deben iniciar, como mínimo, con otras seis semanas de antelación.

Finalizado el montaje en Avid, para proceder al desglose de las tomas seleccionadas y cortar el negativo, se envía al laboratorio una EDL (*Edit Decission List*). Posteriormente se filman los efectos digitales y los títulos de crédito sobre el negativo, hasta llegar a la obtención de la copia muda y su posterior etalonado.

De manera paralela tiene lugar la preparación del montaje de sonido directo, la preparación de los doblajes, los efectos sala, la composición y grabación de las músicas, y finalmente el montaje de sonido y las mezclas. A continuación se adjunta un calendario de postproducción en el que se observa con claridad la temporalidad que implica cada fase del proceso y cómo para avanzar en el mismo resulta imprescindible ir obteniendo y confirmando determinados materiales para concluir cada etapa. El elemento prioritario y fundamental para iniciar la elaboración del calendario de postproducción es la fecha definitiva de estreno o de asistencia de la película a un Festival. El hecho de contar con una fecha concreta nos obliga a establecer un calendario en el que se realizará un camino inverso a la finalización de la copia. En este caso particular la fecha señalada era el Festival de Cannes, por lo que había que preparar la copia estándar para el mes de mayo. Lo habitual en nuestro país es que desde la finalización del rodaje pasen unos cuatro o cinco meses para la obtención de la copia estándar. Sin embargo, en este calendario el tiempo de montaje y postproducción presenta una duración de nueve meses. Uno de los trabajos más complicados durante la postproducción es el que afecta a las decisiones creativas, puesto que pueden ralentizar los tiempos de trabajo. A su vez, este tipo de decisiones nos sitúan en un nuevo

escenario en el que advertimos la radical importancia que en lo sucesivo tendrá el proceso de preparación y preproducción en los rodajes.

La conclusión fundamental que se deriva a partir de una primera incursión en el análisis de los avances tecnológicos que se han incorporado a la postproducción cinematográfica y su incidencia en la gestión de la producción apunta hacia una redefinición absoluta de las distintas etapas de la producción. Si hasta ahora el orden lógico de las producciones consiste en plantear sucesivamente la preparación, la preproducción, el rodaje, el montaje y, finalmente, la postproducción, en el nuevo escenario esta última etapa va a ser fundamental desde el inicio de la preparación de cualquier producción. Como se ha señalado durante el desarrollo de la ponencia, los trabajos de la postproducción digital deben ser concebidos desde la planificación inicial del proyecto. Esto aumenta las posibilidades creativas, artísticas, estéticas y narrativas de la futura película.

BIBLIOGRAFÍA

- Cabezón, L. A. (1999), *La producción cinematográfica*, Madrid, Cátedra.
- Jacoste, J. (1996), *El Productor Cinematográfico*, Madrid, Fragua.
- Lara, A. (2005), *El cine ha muerto. Larga vida al cine*, Madrid, R & B.
- Lyver, D. (2001), *Video Production Diary*, Oxford, Focal Press.
- Merritt, G. (1998), *Film production. The complete uncensored guide to independent filmmaking*, California, Long Eagle Publishing, IFILM.
- Miller, T. (2005), *El nuevo Hollywood: del imperialismo cultural a las leyes del marketing*, Barcelona, Paidós.
- Rubio Alcover, A. (2006): *La postproducción cinematográfica en la era digital: efectos expresivos y narrativos*, Castellón, Universitat Jaume I, Tesis doctoral.

Vender vino sin botellas: la producción cinematográfica ante su mutación digital

JAVIER LÓPEZ VILLANUEVA

Universidad Rey Juan Carlos de Madrid

421

INTRODUCCIÓN

Los contenidos sujetos a derechos de autor han estado tradicionalmente asociados a las especificidades de sus industrias respectivas y delimitados por unas tecnologías que fijaban su soporte físico y su sistema de distribución. Estas tecnologías de la información han sido lo que la botella al vino: el embalaje que permitía que un contenido llegase al usuario (Shapiro y Varian, 1999: 8). Pero la entrada en el mundo digital ha separado a los contenidos de su histórico universo analógico físico, químico o electromagnético, para sumergirlos en el terreno de la informática y de las redes de comunicación.

Esta mutación digital permite en este comienzo de siglo el pleno encuentro entre las industrias culturales y las industrias técnicas, dos ramas con una historia, una dinámica, un alcance simbólico y un peso económico muy diferentes (Chantepie y Le Diberder, 2005: 5). A grandes rasgos, mientras que las industrias culturales se han ocupado de la producción y la circulación de textos simbólicos destinados a comunicarse con una audiencia, las industrias técnicas se estructuraron como productoras de infraestructuras materiales y de equipos profesionales para grabación, procesamiento, transmisión, distribución, exhibición y uso de los contenidos que generan las primeras. La transformación más relevante que sufren los contenidos al digitalizarse es que ahora pueden ser leídos y almacenados en un ordenador, lo que, sumado a Internet y

a las redes inalámbricas, los hace fácilmente transportables y manipulables, e interconecta entre sí a las mencionadas industrias. Bajo esta nueva intersección, los roles empiezan a mezclarse sin un partitura clara, aunque, pese a que la digitalización no ha terminado de mostrar todos sus efectos, ya se empieza a dibujar una nueva relación de fuerzas entre campos antaño separados.

Al quedar textos y soportes para siempre disociados, adquieren nuevas propiedades provenientes de los códigos binarios como la desmaterialización, la compresión, la resistencia, su sencilla manipulación o copia y su acceso o diseminación a alta velocidad. Paulatinamente se reconfiguran las características económicas básicas de ambas industrias, pero si bien parece que las técnicas se han adaptado con relativa facilidad al nuevo entorno digital, las industrias culturales se han encontrado con el paso cambiado ante la rápida evolución de los usos y consumos de sus clientes potenciales. Fenómenos como la piratería o el intercambio masivo de contenidos en las redes virtuales han mermado claramente sus ingresos, lo que les pone ante la urgente necesidad de estructurar nuevos planes de negocio so pena de que el capital fluya hacia otros sectores de mayor rentabilidad. Ahora, para ellas, la gran cuestión consiste en cómo vender el vino sin botella.

En este trabajo analizaremos las posibles estrategias empresariales que se abren para las industrias culturales dentro del ecosistema digital, centrándonos en la producción cinematográfica española como caso paradigmático de la nueva mutación. Esta elección se sustenta en el hecho de que en el cine coexisten, o se vislumbran, una gran variedad de modelos de negocio, lo que lo hace un objeto ejemplar de estudio (Mièrege, 2000: 47). De distinguirse como un producto derivado de la lógica editorial, es decir, «un prototipo creativo individualizado, reproducido sobre soportes materiales, en copias adquiridas privativamente, financiado por el pago del consumidor según un mercado masivo pero históricamente segmentado» (Bustamante, 2003:26), el cine evoluciona hacia lógicas complejas e híbridas con nuevas formas de producción, y nuevos canales de distribución, exhibición o recepción.

Desde el punto de vista económico, un filme es un bien basado en la información. Casi todos los bienes o servicios llevan consigo información, aunque la cantidad de la misma varía notablemente, pues si un coche suele llevar varios libros de instrucciones, para una película la información es el producto (Andal-Ancion *et al.*, 2003: 35). Estos bienes de la información se distinguen del resto por tres características fundamentales: hay una elevada incertidumbre para productores y espectadores; altos costes fijos de creación con bajos costes variables de reproducción, y, en el mercado, la exclusión es problemática por sus inherentes características como bienes públicos. Será en estas propiedades principales donde la digitalización va a incidir y sobre las que las diversas estrategias de negocio se han de fraguar. Por ello se hace imprescindible estudiar, de cara al mundo digital, la evolución y la prospectiva de cada una de estas variables.

ELEVADA INCERTIDUMBRE

Tal y como señala el controvertido productor Robert Evans¹, el estreno de una película es como un salto en paracaídas: si no abre bien, estás muerto (citado en De Vany, 2004: 122). El problema es que la mayoría de los filmes fracasan tras su estreno, algo que genera elevadas pérdidas financieras. Por ejemplo, en un año tipo, de cada diez películas españolas rodadas, siete nunca logran recuperar sus costes de producción, dos amortizan a duras penas sus costes y sólo una tiene éxito económico (Álvarez Monzoncillo y López Villanueva, 2004: 62).

La economía cinematográfica funciona bajo condiciones extremas donde todos los agentes implicados tienen una ignorancia simétrica sobre las posibilidades de un filme (Caves, 2000: 3). Por seguir la célebre expresión del guionista William Goldman, «Aquí nadie sabe nada; no hay una sola persona en todo el mundo del cine que sepa con seguridad lo que va a funcionar» (Goldman, 1989: 39). Es decir, hasta que se produce el estreno comercial de una película, nadie, ni los productores ni los espectadores, sabe o puede estimar sin error su valor económico.

El productor se enfrenta así a un prototipo único, bajo un proyecto temporal, y con trabajadores que se separan cuando terminan el rodaje. Con cada filme se mueve en la incertidumbre, sin conocer las probabilidades exactas de éxito que tiene su producto, pues hay una varianza casi infinita en la recaudación: todo puede pasar. Ahora bien, como lo que suele prevalecer es el fracaso, la mayoría de los directores sólo hacen un filme, aunque la media está en dos películas (De Vany, 2007: 653). Por ello es muy difícil separar el talento de la suerte, y sólo en los productores o directores más productivos se puede constatar el predominio del talento sobre el azar.

Por su parte, a la hora de elegir, los espectadores tienen grandes vacilaciones porque la publicidad genera demasiado ruido ambiente, sólo se puede evaluar el producto si se ha pagado y el precio fijo de la entrada no señala ni la verdadera demanda ni la comercialidad del filme. Será tras su estreno cuando el intercambio de información entre un alto número de personas, el llamado boca-oído, genere una dinámica compleja e impredecible semejante a una imparable cascada de información (De Vany y Walls, 1997: 784). Es entonces cuando se descubre cuál es la verdadera demanda de la película, y la oferta se ajusta con el número de salas y el tiempo de exhibición.

La industria no afronta un mundo de probabilidad gaussiana (donde las películas se agruparían alrededor de una media y con desviaciones típicas estables), sino un mercado donde el ganador se lo lleva todo o casi todo. De hecho, la taquilla está domi-

¹ Productor, entre otros filmes, de *El Padrino* (Coppola, 1972), *The Cotton Club* (Coppola, 1984) o *Chinatown* (Polansky, 1974).

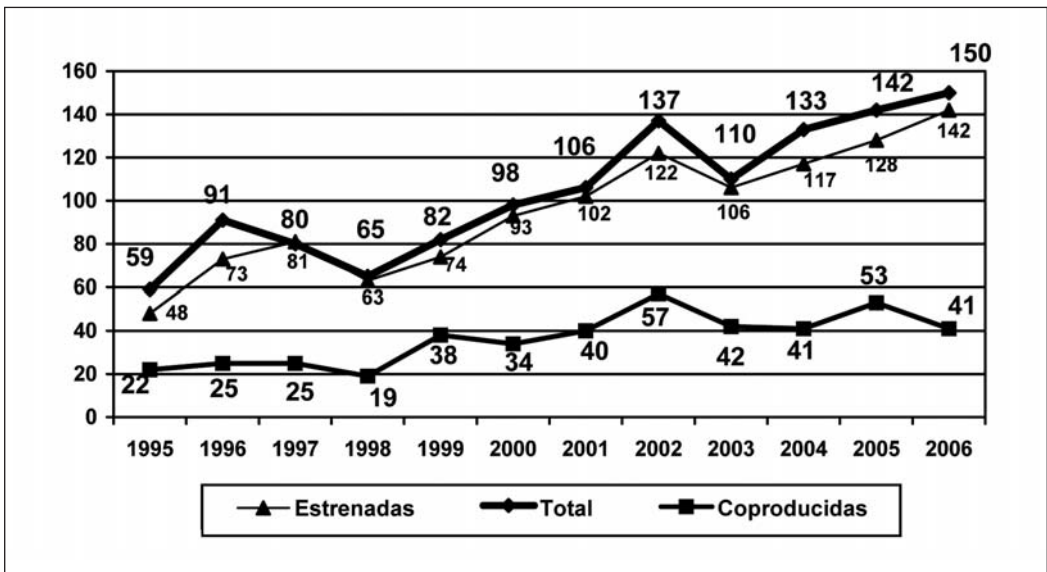
nada por dos o tres eventos extremos, que de no estar hundirían la recaudación, y las otras ventanas suelen seguir un patrón semejante al que se da en las salas de exhibición. Por ejemplo, si quitásemos las tres películas españolas más taquilleras de 2006 (*Alatriste*, *Volver* y *El laberinto del fauno*), se habría esfumado un tercio de la recaudación del cine español, cantidad que subiría a cerca del 70% si quitásemos los diez primeros filmes. Del mismo modo, los ingresos descienden rápidamente a medida que se baja en el *ranking*, y cuanto más descendemos, más se aminoran las diferencias: en España, de la primera a la décima película en recaudación suele haber diferencias de 20 millones de euros, mientras que de la 25 a la 35 las diferencias son de unos pocos miles de euros. Esta concentración de la recaudación se potencia en una semana tipo donde un único filme puede llegar a dominar totalmente la taquilla y hacerse imprescindible para el exhibidor.

Esta elevada incertidumbre, principal problema en todas las industrias culturales, hace que se generen diversas estrategias *competitivas* para intentar paliar sus efectos. Históricamente, en la producción cinematográfica las más relevantes han sido el exceso de oferta y la estructuración de una cartera de filmes. Estimamos que ambas estrategias se potenciarán en el entorno digital en gestación.

El exceso de oferta

En los mercados de competencia monopolística, el exceso de oferta ha sido una de las estrategias clásicas (Menger, 2006: 107). Como no es posible definir un óptimo de

Gráfico 1. *Películas producidas, coproducidas y estrenadas en España (1995-2006)*



Fuente: ICAA y elaboración propia.

creación ni un óptimo de artistas, se estructura una economía de la oferta donde salen al mercado cientos de productos a la búsqueda de espectadores.

El caso español viene definido por un continuo aumento de la producción, que, en poco más de diez años, se ha multiplicado por tres: de las 59 películas rodadas en 1995 se ha pasado a 150 filmes en 2006. De hecho, si tenemos en cuenta las series históricas de producción, sólo en 1965 (con 151 filmes) y en 1966 (con 164) se rodaron más películas que en 2006.

Entre las razones que explican este incremento sostenido de la producción (véase Álvarez Monzoncillo y López Villanueva, 2006: 8) se pueden destacar las siguientes:

- El ciclo expansivo de la economía española, que, en los últimos trece años, ha tenido unas tasas anuales de crecimiento de entre el 2 y el 3,8%.
- La entrada de nuevos realizadores, los cuales han logrado una mayor conexión con el público y han elevado poco a poco la cuota de mercado en salas.
- El desarrollo de la televisión de pago en sus diferentes soportes.
- Las subvenciones y las obligaciones de inversión de las televisiones², convertidas en los grandes pilares sobre los que se asienta el aumento de la producción.

Probablemente existe una sobreproducción, pues, por cada millón de espectadores de cine nacional en su territorio, España produce 6,76 películas, mientras que Francia tiene una *ratio* de 3,75, el Reino Unido de 2,2, y EE. UU. de 0,52. Hay músculo empresarial, pero lo preocupante es que gran parte de él proviene de unos sistemas de ayudas y cuotas que no logran que el sector aborde de forma competitiva los mercados internacionales.

Se ha institucionalizado un «dopaje» del que cada día es más difícil prescindir, pues ha estructurado una verdadera política natalista de producción. Cada año, el cine español recibe cerca de 60 millones de euros de subvenciones nacionales, a lo que hay que sumar las aportaciones de las diferentes Comunidades Autónomas, cerca de 12 millones de euros de los programas comunitarios, las cuotas de programación de material europeo (tanto en salas como en televisión) y las obligaciones de inversión de las televisiones (unos 100 millones al año).

Ahora bien, las obligadas financiaciones de las televisiones sustituyen los ingresos del público perdido en las salas, sin tener en cuenta que la proliferación de canales, la segmentación de la audiencia y la progresiva desaparición del cine de la programación

² El apartado 1 del artículo 5.º de la Ley 25/1994 de Fomento y Promoción de la Cinematografía, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la directiva 89/552/CEE, establece que los operadores de televisión que tengan la responsabilidad editorial de canales de televisión, en cuya programación se incluyan largometrajes cinematográficos de producción actuales, deberán destinar el 5% de la cifra total de ingresos devengados durante el ejercicio anterior a la financiación anticipada de la producción audiovisual, cuyo 60% deberá destinarse a producciones cuya lengua original sea cualquiera de las oficiales en España.

generalista hacen cada día más difícil estas aportaciones. De hecho, las películas se consumen tan rápidamente tras su estreno, que cuando llegan a la televisión cada vez encuentran una audiencia menor. Así, por ejemplo, en 2004 las 13 películas españolas que emitieron TVE1, Antena 3 y Tele 5 en el horario de máxima audiencia tuvieron una cuota media de pantalla del 16,2%; un año después sólo programaron en dicho horario cinco filmes españoles y la cuota media bajó a un 12,8%³.

Además, conviene no olvidar que todo este entramado de ayudas y de proteccionismo ha generado una serie de consecuencias bien conocidas en la economía industrial (véase, por ejemplo, Morvan, 1991: 449-451). Fundamentalmente, se puede producir sin tener en cuenta a la demanda, con lo que muchos filmes están envasados al vacío, sin crítica o público que los alabe. Al mismo tiempo se genera un exceso de rentas para ciertos integrantes y una burocratización con cosanguinidad en la concesión de ayudas.

Con la digitalización de la producción es de prever que el exceso de oferta se acentuará, al disminuir los costes de entrada. El uso de cámaras digitales (como las Mini-DV, las DV semiprofesionales, las DV profesionales o las cámaras de alta definición) está abaratando la fase del rodaje al permitir hacer multitud de tomas o rodar escenas complicadas con varias cámaras. Al aumentar el número de planos rodados al día, disminuir el coste de la grabación, permitir un visionado instantáneo de lo rodado, facilitar las copias de seguridad e integrarse perfectamente con las nuevas plataformas de montaje no lineal, el rodaje digital permite un claro aumento de la productividad⁴. De hecho, cada año se ruedan más filmes españoles con tecnología digital: en 2003 se rodaron 29 largometrajes (un 26% del total), en 2004 fueron 45 (34%), y en 2005 cerca de 60 (42%).

La digitalización favorecerá la proliferación de películas de bajo presupuesto, algo que ya se ha dado en otras industrias culturales (por ejemplo, con los sencillos estudios musicales de grabación en el hogar). Del mismo modo, la postproducción ya es digital en casi todos los filmes, con lo que se ha pasado de depender del *hardware* (moviola) a depender del *software* (con programas como Avid o Final Cut). El descenso gradual del precio de estos programas, incluso ya existen programas gratuitos de montaje (sería el caso del Avid Free), hacen alcanzable un montaje casi profesional para cualquiera que tenga una cámara Mini-DV y un ordenador con los programas necesarios. En definitiva, las nuevas tecnologías favorecen claramente la demo-

³ El promedio de audiencia entre TVE1, Antena 3 y Tele 5 fue de 21,4% en 2004 y de 21% en 2005. Es decir, la audiencia media de las películas españolas emitidas en dichas emisoras está claramente por debajo de su promedio de audiencia total.

⁴ Un ejemplo extremo sería la película *El ataque de los clones* (Georges Lucas, 2002). Rodada íntegramente con formato digital, las doscientas veinte horas de grabación tuvieron un coste en material de 16.000 dólares, cantidad que habría ascendido a 1,8 millones de dólares de rodarse con película fotográfica. Es decir, el ahorro es del 99%.

cratización de la producción, aunque subsisten todos los elementos señalados de la incertidumbre.

Cartera de filmes

A grandes rasgos, hablamos de incertidumbre cuando desconocemos las probabilidades precisas de un evento y de riesgo cuando conocemos el conjunto de posibles resultados de algo y la probabilidad exacta de cada suceso (Zeckhauser y Viscusi, 1990: 561). Si aplicamos esto a la industria cinematográfica, una productora que sólo hace un filme al año estaría bajo incertidumbre (todo puede pasar), mientras que una empresa que rodase al menos diez filmes estaría en situación de riesgo (sabría que, de media, de cada diez filmes, uno tendrá éxito económico).

En España hay una extrema atomización de la producción hasta el punto de que, en un año natural, cerca del 80% de las productoras sólo realizan una película y que únicamente dos de cada cien ruedan más de cuatro filmes. Se crearán así múltiples empresas autónomas desligadas por entero del resto de la industria. De hecho, según Eurostat (2003: 29), en 2001, nuestro país contaba con 3.116 productoras de cine y video activas⁵, dato sorprendente si tenemos en cuenta que en Los Ángeles, meca del audiovisual por antonomasia, había censadas unas 2.300 productoras activas (Scott, 2002: 957). Por el contrario, las grandes empresas de Hollywood, las denominadas *majors*, han mitigado este problema con una estrategia basada en la estructuración de una cartera de filmes. Cada año producen de 10 a 20 filmes, lo que les permite pasar de la incertidumbre al riesgo.

Nuestra forma de producir, al tiempo que determina las posibilidades artísticas e industriales del cine español, eleva sobremanera la incertidumbre financiera del sector, pues para ese 80% de productoras todo va a depender de una única película. Desde el punto de vista financiero, esto es como ir a un casino y jugárselo todo al 35 negro de la ruleta. La proliferación de pequeñas empresas que luchan por llevar a buen puerto una única película termina por generar una destacable proliferación de rodajes y una ardua lucha por la financiación. En función del modelo de financiación se generan tres grandes tipos de películas muy diferenciadas entre sí (Álvarez Monzoncillo y López Villanueva, 2003: 52).

Dentro de un primer grupo estarían aquellas películas donde las ayudas públicas, los pagos diferidos a la industria auxiliar, la cesión de los derechos a una televisión y un

⁵ Los datos del INE (2005: 219) indican que en 2004 había 4.663 productoras cinematográficas inscritas en la Subdirección General de Fomento de la Industria Cinematográfica y Audiovisual. No obstante, muchas de estas empresas, cuando cesan su actividad, no se borran de este registro. Por otra parte, por diversas cuestiones tributarias, es probable que se creen algunas productoras como satélites de otras empresas, lo que indicaría una atomización mayor que la real, pero sabemos, gracias a los datos de los grupos de comunicación españoles que cotizan en bolsa, que las productoras cinematográficas más importantes hacen unos cinco filmes al año.

régimen de cooperativa en su producción (por el cual gran parte del equipo de rodaje sólo cobra en caso de éxito de taquilla) hacen que la película esté financiada y, por tanto, casi amortizada, el día de su estreno. Muchas de ellas ni llegan a estrenarse, y si se estrenan, lo hacen en malas condiciones y sin apenas promoción comercial. Cerca del 60% de la producción española pertenece a esta categoría, algo que impide la progresiva capitalización de las productoras, al estar condenadas a desaparecer.

Un tercio de las películas tienen una aportación financiera destacable del productor, y cuentan con importantes adelantos de las televisiones. En este segundo tipo de filmes los resultados comerciales en la sala son la clave para su amortización. Suelen ser empresas muy personalizadas tras la figura del productor, pero con un destacable bagaje histórico.

Por último, hay una pequeña elite de filmes con cuantiosas inversiones del productor y de las televisiones, más las preventas al extranjero. Suponen cerca del 5% de la producción anual, y están hechas por unas pocas productoras con capacidad financiera, dependientes de importantes grupos mediáticos que tienen un flujo de producción continuado. En estas películas sus promotores asumen un gran riesgo y, al copar gran parte de la recaudación total, su resultado comercial condiciona la cuota de mercado en sala de nuestro cine.

Todo lo anterior fomenta un complicado acceso del cine español a los canales de distribución y de exhibición. La atomización impide a las productoras tener poder de negociación con un sector de distribución en el cual las diez primeras empresas controlan casi todo el mercado. Cada año, entre el 10 y el 20% de los filmes no logran nunca ser distribuidos en salas⁶ (véase gráfico 1), y muchos de los que llegan a las salas lo hacen bajo unas condiciones precarias de distribución y de promoción.

Este talón de Aquiles del cine español se acentúa con la política de «oferta saturante» que siguen las grandes distribuidoras. Esta técnica consiste en saturar el mercado mediante la puesta en circulación de un gran número de copias de un filme (entre 350 y 700 para un parque de unas 4.120 salas⁷), apoyándolas con una importante campaña de publicidad. Con ello los distribuidores consiguen realizar una explotación intensiva en el tiempo, sacian rápidamente los deseos de consumo, reciben antes el retorno de su inversión y luchan contra la posible piratería. Pero al reducirse el ciclo de vida del producto y darse una bulimia de estrenos en la cartelera (España es el país

⁶ Esto también sucede en otras cinematografías (por ejemplo, el 37% de los filmes rodados en 2004 en el Reino Unido no se habían estrenado dos años después), pero la peculiaridad española consiste en que los filmes no estrenados en sala no suelen lograr acceder al resto de ventanas de explotación.

⁷ En 2004, 39 películas extranjeras salieron al mercado con más de 300 copias y tres con más de 500, mientras que sólo cuatro películas españolas salieron con más de 300 copias. Hasta la fecha, la película estrenada con mayor número de copias en nuestro país ha sido *El Código Da Vinci*, con 750 copias. Esta película se estrenó el mismo día –19 de mayo de 2006– en todo el mundo con cerca de 21.000 copias.

de la Unión Europea con mayor número de estrenos⁸), aquellos productos que necesitan de largos procesos de maduración mediante el boca-oído, como la película media española, se ven desplazados rápidamente de la cartelera. La presión comercial rompe así sus posibilidades de amortización, al tiempo que se genera un «efecto pódium» donde una decena de películas se llevarán el grueso de la taquilla: normalmente, las diez películas españolas más taquilleras se llevan cerca del 70% de la recaudación, y muchas se han de conformar con cantidades residuales⁹.

Ahora bien, no hemos de pensar que esto es algo propio del consumo cinematográfico, pues, tal y como señala Gilles Lipovestky (2006: 57), «Estamos en la cultura del más aprisa y siempre más, donde la sociedad de consumo se anuncia bajo el signo del exceso, de la profusión de mercancías». Sería una época hipermoderna marcada por la satisfacción inmediata de las necesidades, la urgencia de los placeres y el consumo impaciente. Lo cierto es que la digitalización puede aumentar esta aceleración del consumo, pues será más fácil el acceso a las obras, lo que hará todavía más importante disponer de una cartera de filmes que llevar a todas las nuevas ventanas que se abren.

LO MARGINAL IMPORTA

La información es cara de producir pero muy barata de reproducir: por ejemplo, la película *Piratas del Caribe: El Cofre del Hombre Muerto* (Gore Verbinski, 2006) tuvo un coste de producción de 225 millones de dólares, pero se puede hacer una copia en película cinematográfica por unos 1.200 euros y una copia en DVD por 1 euro. Esto se debe a que los contenidos son prototipos en el sentido de que son modelos únicos (cada película es única, incluso un *remake* es diferente al original), aunque se puedan reproducir. No sólo se crean prototipos en las industrias culturales: un diseñador de un coche también crea un prototipo, al igual que el chef de un restaurante. Ahora bien, la particularidad de las industrias culturales es que deben amortizar los costes fijos de la creación de los prototipos con un número muy elevado de consumidores a los que hay que conquistar uno a uno. En la creación de estos prototipos se incurre en importantes costes hundidos, en altos costes fijos y en un coste marginal de reproducción nulo o cercano a cero. Es decir, el coste de producir la primera copia es elevado, pero nulo o casi nulo el coste de la segunda y sucesivas copias.

⁸ En 2005 se estrenaron 569 películas en España, 550 en Francia, 467 en el Reino Unido y 535 en EE. UU. La media de estrenos anuales en la UE es de 533 (*Screen Digest*, 2006: 212).

⁹ Por ejemplo, de las 117 películas españolas estrenadas durante el 2004, las últimas 50, por orden de recaudación, tuvieron una taquilla inferior a los 200.000 euros. Si tenemos en cuenta el coste del tiraje de copias, la publicidad y los porcentajes pagados a distribuidores y exhibidores, vemos que la cantidad que retorna al productor es testimonial.

Desde el punto de vista de la teoría económica, establecer un precio positivo de mercado puede parecer ineficiente al no estar igualados el coste marginal y el precio marginal. No obstante, si, tal y como dicta la teoría, se establece un precio igual a su coste marginal, éste sería cero o casi cero, lo que nos haría imposible recuperar los costes fijos y habría un déficit de producción. Por ello los precios de los bienes basados en la información han de ponerse en función del valor que aportan al consumidor, no en función de su coste de producción ni de su coste marginal de reproducción.

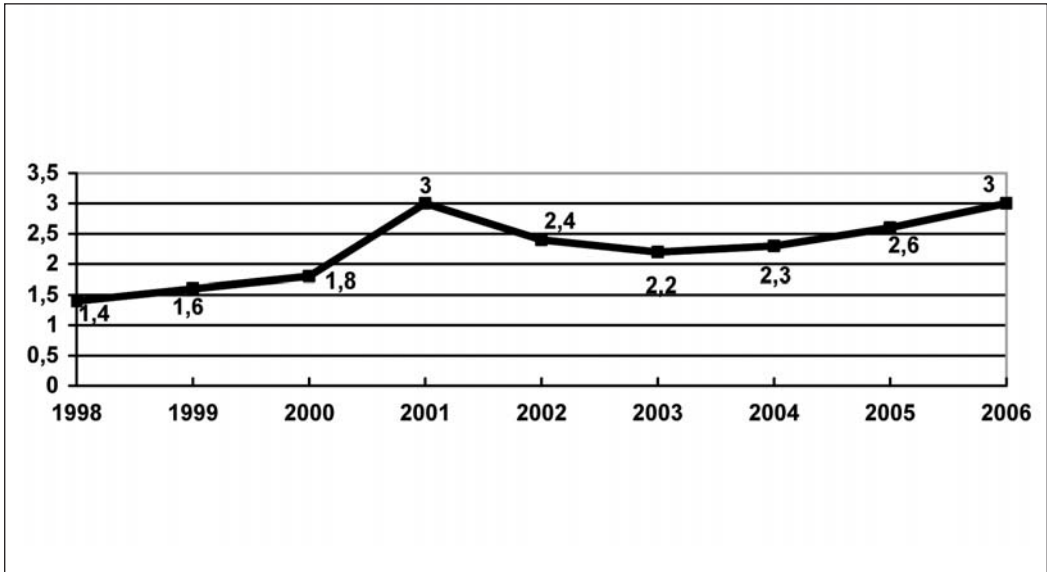
Otra peculiaridad de la producción cinematográfica consiste en que los costes fijos tienden a ser dominados por los costes hundidos (costes que no se pueden recuperar): por ejemplo, si se invierte en una fábrica y más tarde, por quiebra, hay que venderla, normalmente se recuperará la mayor parte de los costes fijos (y eso si no se ha revalorizado); por el contrario, si una película es un fracaso nadie querrá comprarla y casi toda la inversión será un coste hundido (Shapiro y Varian, 1998: 107). Por otra parte, el coste variable de reproducir una copia adicional de un filme no se incrementa por muchas copias que se hagan. Mientras que un fabricante de coches tendrá que construir una nueva planta si aumentan mucho sus ventas, los productos de la información pueden ser reproducidos con un alto grado de automatismo a muy bajo coste: si puedes hacer una copia, puedes hacer diez millones de copias al mismo coste unitario (Shapiro y Varian, 1998: 108). Lo revolucionario de la digitalización es que minimiza el coste marginal de llegar a un espectador adicional, y lo paradójico es que suben los costes fijos.

La dualidad de los costes de producción

Los costes fijos tenderán a ser elevados en la creación de los prototipos más comerciales. Éstos suelen depender de las denominadas estrellas o de complejos procesos de producción. Producir prototipos suele impedir, en la fase de creación, desarrollar economías de escala, porque el coste de la primera copia es muy elevado. Las economías de escala logran reducir los costes por unidad cuando se producen grandes cantidades del mismo bien. Como cada película es única, es muy difícil lograr eficiencias en la producción. Lo que sí se puede hacer es reducir los costes laborales introduciendo nuevas tecnologías o reorganizar varios medios bajo un único mando.

En lo que respecta al cine español, la evolución de los costes medios de producción ha de ser analizada con cierta cautela, pues la desviación típica de los datos es muy alta. Por ejemplo, en 2004 el coste medio fue de 2,3 millones de euros (véase gráfico 2), pero ocho de cada diez filmes se rodaron con un presupuesto inferior (Álvarez Monzoncillo y López Villanueva, 2004: 58). Coexisten películas muy diferentes, lo que hace una media poco representativa. Cada año dos o tres películas de las productoras más consolidadas elevan la media (como sucedió en 2006 con *Alatriste*, cuyo presupuesto fue de 24 millones de euros, y *Los Borgia*, que costó cerca de 10 millones),

Gráfico 2. *Evolución de los costes de producción (1998-2006), en millones de euros*



Fuente: Elaboración propia y Álvarez Monzoncillo y López Villanueva (2004: 57).

aunque por abajo existen numerosas cooperativas que realizan proyectos con trabajadores sin salarios a la espera de resultados comerciales.

Tal y como apunta Gerben Bakker (2005), los costes, la talla del mercado y el nivel de competitividad están estrechamente ligados. A mayor gasto *per capita* en consumo cinematográfico en sus diferentes ventanas y mayor público potencial (tanto nacional como internacional), los costes tienden a subir, mientras que cuanto menores sean las exportaciones, más trabas comerciales existan para la explotación y menor nivel de competencia, los costes tienden a ser más pequeños.

La creatividad es una de las pocas salidas que tiene el cine español, pues los aspectos económicos vienen condicionados por la escasa talla del mercado audiovisual español, las casi nulas exportaciones¹⁰ y el bajo gasto *per capita* en consumo cinematográfico. De ahí que los presupuestos sean bajos, lo que impide, en términos generales, hacer campañas de promoción eficaces y cuidar aspectos fundamentales (como efectos especiales, fotografía, sonido o guión), que son decisivos ante la competencia. Si a esto le añadimos que los que van al cine quieren fundamentalmente evasión, y que las películas norteamericanas llegan casi amortizadas, tienen un elenco de estrellas, dis-

¹⁰ Según la FAPAE, las exportaciones de cine español suponen cerca de 60 millones de euros al año. No obstante, de las 20 películas españolas más taquilleras de 2005 (cerca del 80% de la taquilla del cine español), sólo tres (*El Reino de los Cielos*, *Sáhara* y *A Good Woman*, todas ellas coproducciones con EE. UU. y el Reino Unido) se han estrenado en salas de la UE.

ponen de promoción gratuita en los medios y cuentan con una imbricación eficiente entre distribución y exhibición, es lógico deducir quién controla el mercado: casi el 80% de nuestro mercado cinematográfico está en manos de Hollywood.

Ahora bien, resulta paradójico que, pese a la mayor productividad y a la democratización en la producción que trae una tecnología digital cada vez más barata, los costes medios no paren de subir en la mayor parte de las cinematografías. Fundamentalmente esto se debe a las siguientes razones:

- La competencia lleva a las grandes empresas a tener que innovar constantemente, a exigir lo máximo de las nuevas tecnologías, lo que eleva sus costes.
- La globalización de los mercados cinematográficos ha permitido una paulatina subida de costes al poderse amortizar el producto en más territorios.
- Gran parte de los costes vienen generados por unas campañas de distribución cada vez más caras, fruto del rápido ciclo de consumo y de la proliferación de películas.

Lo cierto es que ahora, gracias a las nuevas tecnologías, es posible producir a unos costes muy bajos, y más si tenemos en cuenta la gran reserva de talento dispuesta a trabajar gratis o por un mínimo sueldo para hacerse un nombre en el oficio. Hay tres grandes viveros de trabajo –jóvenes que terminan sus estudios audiovisuales o artísticos, trabajadores con poco currículum dispuestos a mejorar sus perspectivas y trabajadores no profesionales que subvencionan sus incursiones en el cine con otros trabajos remunerados (Miège, 2000; 32)–, que hacen que los salarios se mantengan a niveles bajos. Existe así una precariedad en numerosos oficios, y por ejemplo, según la Fundación Autor, el 73% de los guionistas españoles no llega a fin de mes con la remuneración que reciben de su trabajo, por lo que han de buscarse otras fuentes de ingresos para salir adelante. Esta precariedad se debe a que los artistas son diferentes del profesional medio, pues tienden a buscar recompensas no monetarias (como reconocimiento o satisfacción personal), y están dispuestos a sacrificar ingresos monetarios a cambio de poder trabajar más horas en su profesión (Abbing, 2005: 60-61). La inyección de más dinero en el cine gracias a las subvenciones, sumado a la democratización de la producción que permiten las nuevas tecnologías, ocasionará la aparición de más artistas y de más películas con costes muy reducidos. Pero conviene no olvidar que las grandes empresas irán aumentando paulatinamente, por las razones expuestas, sus presupuestos. Es decir, se van a dar mayores diferencias de recursos entre según qué productoras con una dualidad bien marcada entre las superproducciones y las denominadas «producciones de guerrilla» de muy bajo presupuesto. En el medio sobrevivirá, gracias a las subvenciones, una clase media de filmes.

Nuevas ventanas digitales

Uno de los cambios más importantes que trae la digitalización de los contenidos es la posibilidad de reducir drásticamente los costes de la distribución digital. En el mundo

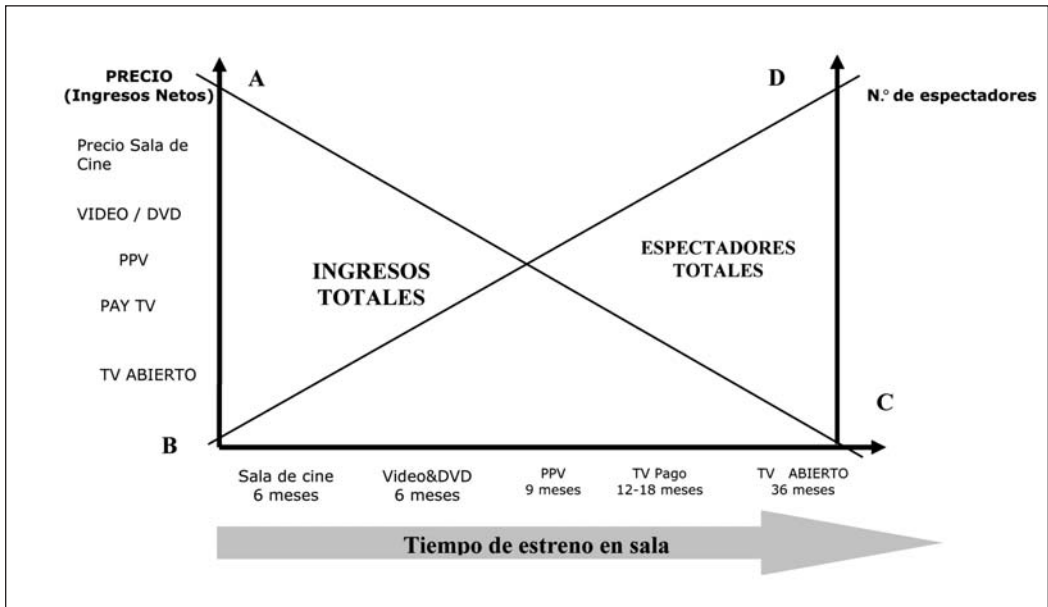
analógico, aunque el coste marginal de reproducción es relativamente bajo, el coste marginal de llegar a un espectador adicional es muy caro por el precio de las copias cinematográficas (a lo que hay que sumar su almacenamiento en condiciones idóneas y su transporte), y, sobre todo, por las campañas de publicidad. Tal y como señala Michael Kuhn, el que fuera máximo responsable de Polygram Filmed Entertainment, el gran riesgo de establecer una distribuidora de cine no es el coste de contratar a la gente y establecer una organización, sino estar «enganchado al coste del tiraje de copias y de la publicidad» (Kuhn, 2002: 86).

Con la distribución digital es previsible que las economías de escala sean más importantes, que se reduzcan los costes de transacción y que bajen las barreras de entrada. Ahora, a través de Internet, ya es factible distribuir cualquier película, por pequeño que sea su nicho de mercado. La mayor capacidad de procesamiento de los ordenadores, el aumento del ancho de banda, las tecnologías inalámbricas y la bajada sistematizada de los precios, propia de la industria de la electrónica, harán posible una nueva distribución con los siguientes rasgos:

- Nuevas plataformas de acceso como el ordenador, la videoconsola, el iPod o reproductores análogos, el *Personal Video Recorder* e incluso el móvil. Es decir, se entra en una era marcada por el agnosticismo de los consumidores ante la pantalla de visionado, frente a la mitología histórica de la gran pantalla de cine.
- Nuevos usos de consumo, marcando el consumidor cuándo consume, cómo consume y dónde consume. De una estrategia *push*, donde al usuario se le marcaban sus formas de consumo, se pasa a una estrategia *pull*, en la cual es el consumidor el que accede al producto («tira» de él) con sus premisas.
- El coste marginal de llegar a un espectador adicional bajará drásticamente, pues a través de un único servidor se podrá servir a miles de usuarios. Por este lado se pueden igualar las grandes a las pequeñas empresas.

Todo ello exige la estructuración de nuevos modelos de negocio y la ruptura del modelo de ventanas. El paso de un mercado a otro, de una ventana a otra, queda planificado para maximizar la audiencia y los ingresos en cada estadio. Así, por ejemplo, para un filme el paso de la primera a la segunda ventana de exhibición, de la sala de cine al video, tiene que ser lo suficientemente largo como para que los espectadores no dejen de ir al cine y lo suficientemente corto para que el público del video recuerde el estreno en salas. La explotación del producto en cada uno de los mercados disponibles se adapta así al impacto comercial que tiene sobre su recaudación (véase gráfico 3). De esta forma, la industria autorregula la explotación de sus creaciones en todos sus soportes, mediante una cohabitación armoniosa entre ellos, sin dejar que entren en una competencia abierta y directa que podría llevar a la desaparición o marginalización de algún canal. Este patrón de secuencialización está determinado por el principio del «segundo óptimo». Es decir, las películas se distribuyen primero en el mercado que genera los

Gráfico 3. Orden secuencial de las ventanas de exhibición (2006)



Fuente: Álvarez Monzoncillo y López Villanueva (2006).

mayores ingresos marginales en el menor tiempo. Luego sigue una cascada hacia los mercados que aportan las menores recaudaciones por unidad de tiempo. Todo ello con el fin de maximizar los ingresos totales (triángulo ABC del gráfico 3) frente a los espectadores totales (BDC). Tradicionalmente la pauta de explotación ha sido la siguiente:

- El cine se mantiene como el primer mercado de explotación. Su importancia estratégica se deriva de que actúa como caja de resonancia comercial, con lo que logra posicionar al filme para el resto de los soportes. La presión de los otros mercados hace que los estrenos se hagan con un gran número de copias para que al tiempo que se reduce su exhibición se genere un alto impacto publicitario que sirva para los subsiguientes soportes. Desde su estreno, las salas tendrán el monopolio sobre la exhibición de una película durante unos seis meses.
- El mercado del video se estructura como el paso siguiente, tanto en la venta como en el alquiler. Durante unos tres meses no contará con la competencia de los siguientes sectores. Pero la futura presión de los nuevos soportes, como el pago por visión, erosiona su posición privilegiada.
- En el siguiente eslabón está el pago por visión. Debido a que los productores recibirán un mayor porcentaje de éste que del video, su interés estratégico para ellos es cada vez mayor. También tendrá cerca de tres meses sin competencia en la televisión, aunque su competencia directa vendrá del video.

- Las diferentes formas de televisión entrarán luego en escena. La televisión de pago contará con las películas durante un año sin competencia con las cadenas en abierto. La televisión en abierto marcará la maduración y finalización del ciclo del producto audiovisual.

Debido al aumento de los costes de producción y a la necesidad de recuperar rápidamente la inversión en un entorno muy competitivo, hay una tendencia a disminuir la duración de las ventanas, pese a los conflictos que se generan entre las partes afectadas. La secuencialización se establece así como una estrategia de mercadotecnia que busca maximizar ingresos mediante la discriminación de precios en los diferentes mercados, o ventanas, al vender el mismo producto a diferentes precios a clientes distintos. Por ello, parece previsible que, a medida que las nuevas tecnologías vayan tomando el relevo de las antiguas, se producirá un desplazamiento en la duración de las ventanas de explotación, e incluso la progresiva desaparición de alguna como el videoclub incapaz de competir con el pago por visión, tanto en televisión como por Internet.

En este nuevo entorno será primordial contar con contenidos que surtan a los viejos y a los nuevos mercados. De ahí que tener numerosas obras audiovisuales en catálogo alcance una importancia estratégica, pues es su atractivo lo que permite amortizar las redes de distribución establecidas. El productor adquiere de esta forma una gran relevancia, pero la espiral de costes del audiovisual (motivada en gran parte porque su carácter de prototipo impide la articulación de un aumento sostenido en el tiempo de la productividad y de fuertes economías de escala) y la fragmentación de la audiencia en los distintos soportes hace imprescindible la llegada a los nuevos mercados y la percepción de una justa contraprestación económica. Por ello es trascendental que en cada una de las ventanas el productor tenga derechos sobre la comunicación pública de sus creaciones, y más si tenemos en cuenta la alta piratería existente en sectores como el video, que irá a más por la digitalización de las imágenes y la proliferación del ancho de banda en los hogares.

El gran problema al que se enfrentan los productores en la distribución digital es cómo hacer una transición tranquila desde las ventanas clásicas (sala, videoclub y televisión) hacia las nuevas (videoconsola, iPod, Internet y teléfonos móviles de última generación), sin esquilar los caladeros clásicos antes de que los nuevos sean rentables. Del mismo modo, no hay que desdeñar que, pese a la bajada de las barreras de entrada en la distribución, puede ser difícil lograr un efecto red suficiente cuando hay tanta competencia. Es decir, a lo mejor no cuesta mucho entrar en el sector, pero aumentan los costes de darse a conocer, y los efectos red, tan presentes en el mundo de la informática, pueden terminar por crear una mayor concentración en la distribución. Por último, el intercambio gratuito de ficheros va a pesar como una losa sobre cualquier plan de negocio, lo que hará que los precios tiendan a la baja. Probable-

mente se produzca una interdependencia oligopolística de precios, ya que cualquier diferencia es fácil de encontrar en un consumo en red, pero con una mayor discriminación de precios en función de la hora de consumo, del día, de la cantidad consumida, de la velocidad de descarga, de la calidad de la imagen o de las características del consumidor. Con la digitalización es más fácil que el consumidor revele sus preferencias, con lo que mejoran las posibilidades de apropiación del excedente del consumidor.

Nuevos consumos digitales

Una de las grandes ventajas de Internet es que permite a los consumidores encontrar, evaluar y comprar una enorme variedad de productos que nunca tendrían en el mundo físico. En éste hay las limitaciones propias del espacio (cuántas películas se pueden proyectar en un multicine, por ejemplo) y de la geografía (cuántas personas pueden acudir a ver una película al multicine en cuestión). Como apunta Chris Anderson (2006), con estas limitaciones, los consumidores con gustos medios serán mucho mejor atendidos que aquellos cuyos gustos estén en los extremos. Así muchas películas destinadas a audiencias minoritarias sólo pueden exhibirse en grandes poblaciones, o incluso no llegar a estrenarse nunca. Por el contrario, en Internet al romperse —en gran medida— las limitaciones espaciales y geográficas del mundo físico, un distribuidor puede permitirse tener en su servidor películas para gustos minoritarios, ya que el almacenamiento digital es barato y su alcance masivo. Todo ello empieza a provocar cuatro grandes cambios en el consumo:

- Empieza a ser eficiente, desde el punto de vista económico, llegar a millones de consumidores. Luego es factible que productos de nicho puedan generar beneficios al agregarse las audiencias.
- Las superproducciones van perdiendo peso en favor de otro tipo de filmes. El denominado Principio de Pareto, que establece que el 20% de los productos generan el 80% de las ventas, empieza a debilitarse. Así en los sitios de Internet la proporción ha pasado a ser del 20/70, es decir, los gustos minoritarios comienzan a ser un negocio a tener en cuenta. Gráficamente, las distribuciones del número de títulos en venta se hacen más largas. Es lo que se ha denominado la aparición de «una larga cola en la distribución» (Anderson, 2006).
- Se descubre que los gustos de los consumidores eran mucho más variados de lo que se pensaba, ya que había numerosas demandas insatisfechas por las limitaciones espaciales y geográficas señaladas.
- Mayor importancia de los buscadores para localizar un producto, y potenciación de las recomendaciones entre usuarios en red.

Tanto para los productores y distribuidores como para los consumidores hay consecuencias de primer orden, y, con el paso del tiempo, de segundo orden al darse una

retroalimentación positiva entre consumidores y productores (Brynjolfsson *et al.*, 2006: 70). Tal y como se puede ver en la tabla 1, en un primer momento se verán importantes reducciones en los costes de almacenamiento y distribución; a su vez, los consumidores podrán tener un papel más activo en las búsquedas, más pasivo a través de las recomendaciones de otros usuarios o un papel mixto gracias a las comunidades virtuales tipo MySpace o YouTube. Estos efectos serán amplificados con el tiempo, efectos de segundo orden, al darse mayores incentivos para desarrollar nuevos productos, reestructurarse las estrategias de *marketing* hacia el mundo virtual, darse la aparición de nuevos intermediarios y cambiarse el patrón de consumo de los espectadores al estar fácilmente expuestos a nuevos productos. Con ello se puede favorecer un cambio cultural en el consumo cinematográfico al existir una mayor predisposición a otros contenidos.

Tabla 1. *Anatomía de los nuevos consumos digitales*

	Primer orden	Segundo orden
Para productores y distribuidores	<ul style="list-style-type: none"> – Nuevos costes de almacenamiento y de distribución electrónica – Beneficios por agregación consumidores 	<ul style="list-style-type: none"> – Mayores incentivos para la creación de nuevos productos – Nuevas prácticas marketing – Nuevos intermediarios
Para los consumidores	<ul style="list-style-type: none"> – Papel activo: buscadores, <i>sampling</i> – Papel pasivo: recomendaciones – Papel mixto: comunidades virtuales 	<ul style="list-style-type: none"> – Cambio gustos – De la masa al nicho – Hibridación cultural

Fuente: Adaptación sobre Brynjolfsson *et al.* (2006).

ANTE LA NO RIVALIDAD

Un bien público tiene dos grandes diferencias frente a un bien privado: su no rivalidad y su no exclusividad. La no rivalidad viene a indicar que su consumo por un individuo no reduce el consumo, simultáneo o no, por parte del resto de personas que lo quieran consumir. Todos pueden consumirlo por igual y además el coste marginal de llegar a un consumidor más es nulo o casi nulo. Por otra parte, su no exclusión señala que es imposible excluir a aquellos que no quieran pagar por su provisión, pero que, aún así, quieran consumirlo.

Los contenidos tienen elementos de un bien público, fundamentalmente porque el prototipo en sí no es rival en sí mismo, aunque sí es rival el bien o servicio donde viene «empaquetado». Es decir, el prototipo película no es rival, pero sí lo es el cine donde se exhibe, el DVD que lo contiene, el servidor o la red por donde se transmite, etcétera. Unidades adicionales donde se reproduzca el prototipo requerirán costes de distribución adicionales. Pero una vez que el prototipo exista, podrá ser usado infini-

tamente (en el mundo digital sobre todo), con un coste marginal de llegar a un consumidor adicional nulo o casi nulo. Como la convergencia digital y los sistemas de compresión han permitido reproducir y distribuir la copia exacta de los prototipos a un coste marginal casi nulo, el problema de la piratería se ha acentuado. Con sistemas como Napster parecía que no había rivalidad en el consumo y que, al ser gratuito, no había exclusión. En el fondo, sí había rivalidad en el consumo (la red y el número de usuarios creaban muchas veces un cuello de botella), y diversas acciones judiciales condujeron a su cierre, pero la proliferación de nuevos sistemas de intercambio descentralizados y el desarrollo de la banda ancha han magnificado el problema.

Para los bienes no rivales, los derechos de propiedad intelectual implican un complicado contrapeso: si éstos son escasos, habrá infraproducción; pero si son demasiado elevados se crearán distorsiones monopolísticas (Nordhaus, 1969). Por ello se suele optar por un término medio, limitando estos derechos en el tiempo y en la forma. El problema con Internet es que el detentor de una copia (que puede ser exacta al original) es capaz, sin coste ni pérdida de su bien, distribuirla sin límites por la red. Eso sí, sin dar ninguna contraprestación económica al productor original, lo que puede llevar a la mencionada infraproducción. O dicho de otro modo, como el coste de transmitir un contenido a través de una red de intercambio de archivos es cero (si descontamos la amortización del ordenador y el coste telefónico), a corto plazo se puede dar una alocación óptima desde el punto de vista social, pues cualquier persona podrá descargarse la película de su agrado. Ahora bien, a medio y largo plazo gran parte de la estructura económica del sector de la producción se pone en entredicho. Como soluciones a este grave problema se están dando una serie de planteamientos usados históricamente para fomentar los bienes públicos:

- Aumento de las subvenciones y de las desgravaciones públicas.
- Tasas sobre los bienes complementarios. Sería el caso del canon sobre los soportes que permiten la copia privada.
- Exclusión artificial mediante leyes de la propiedad intelectual.
- Transferencias verticales obligadas entre sectores relacionados. Por ejemplo, obligación de que las televisiones inviertan en cine.
- Estructuración de mercados duales donde a través de una plataforma común se subvencione el uso gratuito de un producto. Sería el caso de un sitio web que permitiese la descarga gratuita de un filme y lo financiase a través de una publicidad personalizada para el usuario. Es el gran mercado de lo gratuito, por ejemplo, con los miles de cortos cinematográficos disponibles en YouTube o en Google Video.
- Modelos de negocio que copien el comportamiento del consumidor, evitándole los problemas. Sería el caso de los sitios de descargas legales como Filmotech en España, sin los problemas de virus, desconexiones y lentitud de los sistemas de intercambio.

Todas estas soluciones son necesarias, pero probablemente en los próximos años habrá un gran desarrollo de las dos últimas, ya que el recorrido de las otras parece que no da mucho más de sí. Ahora bien, en estas estrategias todavía falta por definir los precios óptimos, los sistemas de cesiones de derechos y la duración de las ventanas de explotación. Y es que no parece que sea tan sencillo vender vino sin las tradicionales botellas.

CONCLUSIÓN

Los contenidos audiovisuales, al desmaterializarse, son un activo líquido, en el cual el mensaje es independiente del medio (Murray, 2003: 8). La digitalización permite una elevada progresión técnica en la producción, una mayor democratización en el acceso a la producción, la creación de efectos en red o una amplia distribución. Pero también crea una mayor concentración económica, la reducción de los tiempos de la explotación, una paradójica subida de los costes medios de producción y el problema de la no rivalidad y no exclusión de los contenidos. Todo ello lleva a la necesidad de articular planes de negocio que sigan haciendo rentable al sector, so pena de que los capitales fluyan hacia mayores beneficios.

En las industrias culturales empiezan a vislumbrarse dos movimientos opuestos: por un lado, aumentan los procesos de concentración con empresas cada vez más poderosas y globales; por otro, aumentan los contenidos generados por usuarios individuales y por pequeñas y medianas empresas. La digitalización de los procesos de producción y de las redes, sumado a la aparición de nuevas formas de distribución, están modificando las formas de consumo y las tradicionales estructuras de financiación y de amortización de la industria cinematográfica. Para que esta mutación no genere distorsiones económicas contraproducentes será necesario impulsar la competencia real entre proveedores de banda ancha, apoyar la creación de estándares abiertos, fomentar los proyectos I+D+i, cuidar el delicado balance entre la propiedad intelectual y la difusión de nuevas tecnologías y mejorar el nivel cultural general. Para que el vino no se agrie habrá que estar muy vigilantes.

BIBLIOGRAFÍA

- Abbing, H. (2005), «El Apoyo a los Artistas», en Towse, R., *Manual de Economía de la Cultura*, Madrid, Fundación Autor.
- Álvarez Monzoncillo, J. M., y López Villanueva, J. (2006), *La Situación de la Industria Cinematográfica Española: Políticas Públicas ante los Mercados Digitales*, Documento de Trabajo 92/2006 de la Fundación Alternativas.
- (2004), «Tiempos de Inflexión», *Academia*, n.º 34.
- (2004), «Coordenadas Industriales del Cine Español Actual», *Producción Profesional*, octubre.
- (2003), «La Crisis que Viene», *Academia*, n.º 33.
- Andal-Ancion, A.; Cartwright, P. A., y Yip, G. S. (2003), «The Digital Transformation of Traditional Business», *MIT Sloan Management Review*, summer.
- Anderson, C. (2006), *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*, Nueva York, Hyperion.
- Bakker, G. (2005), «The Decline and Fall of the European Film Industry: Sunk Costs, Market Size, and Market Structure», *Economic History Review*, 58:2.
- Brynjolfsson, E.; Hu, Y., y Smith, M. D. (2006), «From Niches to Riches: Anatomy of the Long Tail» *MIT Sloan Management Review*, summer.
- Bustamante, E. (2003), «Las Industrias Culturales, Entre Dos Siglos», en Bustamante, E. (coord.), *Hacia un Nuevo Sistema de Comunicación: Las Industrias Digitales en la Era Digital*, Barcelona, Gedisa.
- Caves, R. E. (2000), *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*, Boston, Harvard University Press.
- Chantepie, P., y Le Diberder, A. (2005), *Révolution Numérique et Industries Culturelles*, París, La Découverte.
- De Vany, A. (2004), *Hollywood Economics: How Extreme Uncertainty Shapes the Film Industry*, Nueva York, Routledge.
- y Walls, W. D. (1997) «The Market for Motion Pictures: Rank, Revenue and Survival», *Economic Inquiry*, 4:35.
- Goldman, W. (1989), *Adventures in the Screen Trade*, Nueva York, Warner Books.
- INE (2005), *Anuario Estadístico de España 2005*, Madrid, INE.
- Eurostat (2003), *Cinema, TV and Radio in the EU: Statistics on Audiovisual Services*, Luxemburgo, Office for Official Publications.
- Kuhn, M. (2003), *One Hundred Films and a Funeral*, Londres, Thorogood.
- Lipovestky, G. (2006), *Los Tiempos Hipermodernos*, Barcelona, Anagrama.
- Menger, P.-M. (2006), «Innovations Technologiques, Création et Appropriation des Biens Culturels», en Greffe, X. (coord.), *Création et Diversité au Miroir des Industries Culturelles*, París, La Documentation Française.

- Miège, B. (2000), *Les Industries du Contenu Face à l'Ordre Informationnel*, Grenoble, PUG.
- Morvan, Y. (1991), *Fondements d'Économie Industrielle*, París, Economica.
- Murray, S. (2003), «Media Convergence's Third Wave», *Convergence*, 9:1.
- Nordhaus, W. D. (1969), *Invention, Growth, and Welfare: A Theoretical Treatment of Technological Change*, Cambridge, MIT Press.
- Screen Digest (2006), «World Film Production/Distribution», *Screen Digest*, June.
- Scott, A. J. (2002), «A New Map of Hollywood: The Production and Distribution of American Motion Pictures», *Regional Studies*, 36:9.
- Shapiro, C. y Varian, H. R. (1998), «Versioning: The Smart Way to Sell Information», *Harvard Business Review*, November-December.
- (1999), *Information Rules*, Boston, Harvard University Press.
- Zeckhauser, R. J. y Viscusi, W. K. (1990), «Risk Within Reason», *Science*, 248: 4 May.

Las nuevas productoras de animación española en 3D

ALFONSO CUADRADO ALVARADO

Universidad Rey Juan Carlos de Madrid

Sólo dos años después de que se realizara el primer filme de animación realizado exclusivamente por ordenador, *Toy Story* (John Lasseter, 1995), una pequeña empresa de animación de Durango, Baleuko, se atrevió a emular a los animadores norteamericanos y realizó el que se considera primer filme de animación en 3D, no sólo de España sino de Europa, *Megasónicos* (Javier González de la Fuente y José Martínez Montero, 1997). Ese mismo año recibió un Goya a la mejor película de animación. A partir de entonces Baleuko ha realizado otros cinco filmes con nuevas tecnologías. En el mismo periodo el estudio de referencia de la nueva animación, Pixar, con casi diez veces más de personal y recursos económicos sólo ha realizado seis. A Baleuko se le suman y con gran éxito sancionado por Goyas en distintos años, Dygra Films y Filmix Animation, la rama de animación de la compañía Filmix Entertainment que tiene en Brent Animation su estudio de animación. *El bosque animado* (2001), *Pinocho 3000* (2004), *El sueño de una noche de verano* (2005) y *Peréz* (2006) se suman a las producciones de Baleuko, filmes que gozan de gran repercusión entre el público y la crítica.

Las tres productoras comparten varias características: son nuevas empresas que nacen de otros sectores de la producción audiovisual (multimedia, documentales, exhibición, etc.) y no provienen del clásico sector de la animación ni son ramas nuevas de tradicionales productoras de dibujos animados; todas utilizan las nuevas tecnologías informáticas e incluso son capaces, como ampliaremos más adelante, de crear herramientas propias de gestión del trabajo, y por último nacen desligadas

de los tradicionales centros de producción audiovisual, Madrid y Barcelona. Balueko en el País Vasco y Dygra y Brent en Galicia (La Coruña y Santiago de Compostela, respectivamente).

A la luz de los resultados podríamos decir que la animación española, un género escaso y sin apenas tejido industrial en una cinematografía como la nuestra, vive una época dorada tras años de filmes que eran mal estrenados sin apenas repercusión mediática y menos aún resultados en taquilla y cuyo conocimiento no salía del círculo de especialistas y festivales. Veamos qué de cierto hay en esta afirmación y cuál es la estrategia de producción de estas tres productoras, muy distinta en su sistema de financiación, en su organización empresarial, en el tipo de mercado al que se dirigen, y en consecuencia en el estilo de sus producciones. Todo ello nos permitirá en la brevedad de las siguientes páginas aproximarnos a un diagnóstico de la emergente animación por ordenador en España.

Antes de centrarnos más extensamente en ellas debemos dedicar unas breves líneas a reseñar algunos de los factores que han marcado el surgimiento de la nueva animación, así como de las líneas generales del panorama internacional en el que se enmarcan nuestras productoras y que nos servirán para vislumbrar mejor el alcance y vocación de su trabajo. Como mencionamos más arriba, la productora que realiza el primer filme de animación íntegramente realizado por ordenador es Pixar. Al igual que nuestras productoras españolas, Pixar nace muy alejada de los grandes estudios tradicionales de la animación norteamericana. Aunque muchos de sus animadores se formaron en la tradición de los dibujos animados, entre ellos su más directo impulsor y actualmente director creativo, John Lasseter, que trabajó durante años en los estudios Disney, Pixar nace como la división de animación por ordenador de la empresa de efectos visuales de George Lucas ILM, Industrial Light and Magic. Desde allí un grupo de ingenieros informáticos y jóvenes animadores como Lasseter, que abandonó Disney fascinado por las posibilidades de las nuevas herramientas, crearán durante la década de los ochenta, en una mezcla de desarrollo tecnológico y descubrimiento expresivo, los cimientos de la nueva animación. El trabajo de Pixar para ILM se limitaba a la ayuda en la ejecución de problemas visuales de los tradicionales departamentos de la empresa. Paralelamente se fueron realizando cortometrajes con el fin de experimentar nuevas técnicas y estéticas que sólo más tarde, cuando el trabajo de estos pioneros fue aceptado por el público, hizo que los tradicionales animadores y productoras se rindieran ante unas nuevas tecnologías que en un principio rechazaron. La nueva animación nace, pues, de un impulso joven, aliado con nuevas tecnologías, con el espíritu de apertura e innovación y desde la periferia de la industria.

El impulso de Pixar se extiende a otras empresas norteamericanas que imitan su trayectoria: BlueSky, Sony Imageworks y Dreamworks. Su liderazgo industrial marca también una norma técnica y en algunos casos estética, por lo que hoy podremos decir, doce años después de *Toy Story*, que la animación por ordenador está totalmente

asumida como la evolución del dibujo animado tradicional. Incluso una poderosa industria como la nipona compite en investigación y vanguardia tecnológica con la norteamericana, ya que el género *anime* produce no sólo filmes y series de éxito comercial, sino también algunas de las obras con mayor grado de experimentación formal donde se fusionan la imagen por ordenador con el clásico dibujo animado. Los creadores japoneses se han dado a conocer en toda Europa como verdaderos autores con mundo y estilo propio en un movimiento de difusión del audiovisual oriental que recuerda el impacto que produjo en su momento el descubrimiento de cineastas como Kurosawa u Ozu.

Ante este desafío esta vez parece que nuestro país no se ha quedado de brazos cruzados y, como decíamos al principio, sólo dos años después de *Toy Story* realizamos el primer film europeo por ordenador. Repasemos con más detalles esta trayectoria de diez años.

La productora que da este paso es Baleuko S. L, con sede en Durango (Vizcaya), que tiene su origen en otros sectores de la producción audiovisual, realizando sus primeros trabajos en el terreno de los documentales e informativos. A medida que el crecimiento de cadenas públicas y privadas se iba produciendo, Baleuko amplía su campo de producción hacia otros formatos: concursos y programas de variedades. Esta etapa cristaliza en el programa infantil de ETB Betizu, iniciado en 1999. La productora no sólo realiza el programa, sino que también se encarga del Club Infantil Betizu Kluba y el *merchandising* de productos creados a partir de él. Tras tres años en antena, el Club ya contaba con 50.000 socios, una revista de aparición trimestral, está presente en todo el ámbito escolar vasco, ha editado 4 CD-rom musicales y organiza la fiesta anual Betizu Jaia que reúne a varios miles de personas.

Pero también deciden arriesgarse hacia el nuevo mundo digital y con 12 personas, 100 millones y dos años de trabajo, producen los *Megasónicos*, el primer film español íntegramente realizado en 3D, con el que ganan ese mismo año el Goya a la mejor película de animación. Dirigida por Javier González de la Fuente y José Martínez Montero, narra las aventuras de un grupo de transportistas de mercancías espaciales en una galaxia dominada por un villano llamado Sinteticom.

Tras este primer film, Baleuko se lanza a llevar a la gran pantalla al personaje de los programas infantiles Betizu. Betizu es un programa infantil en euskera de la televisión autónoma vasca que se emite en varias franjas horarias por la mañana y por la tarde. Una de sus finalidades es el impulso del euskera entre los niños. La protagonista, Betizu, es una vaca con cuerpo de joven mujer que lleva el mismo nombre de una raza de vacas considerada como la última raza bovina salvaje de Europa que aún pasta en libertad en las sierras de Artanga y Sastoia, en el prepirineo navarro.

Betizu izar artean (Betizu en las estrellas), dirigida en el año 2000 por Egoitz Rodríguez, está protagonizada por Betizu y su grupo musical. Al igual que los *Megasónicos*, está ambientada en futuro con claves muy locales. Las Betizu deben de competir en

Uztarroek, el mayor festival de toda la galaxia organizado por un magnate propietario de todas las casas discográficas del espacio.

A partir de entonces inician una carrera que se puede considerar la más prolífica en este terreno: Realizan *Anjé, la leyenda del pirineo* dirigida por Juanjo Elordi en noviembre de 2002. Está protagonizada por Olentzero, un viejo personaje popular asociado a las fiestas navideñas. Vive en los Pirineos en una cabaña de cartón junto a un pequeño mono que le ayuda a repartir regalos a los niños. A través de un tronco mágico ve su comportamiento mientras lee las cartas que le han escrito pidiendo regalos. El tronco será robado por un empresario que ha llegado al pueblo con la intención de talar el bosque para construir una estación de esquí. Anjé, un niño hijo de carboneros, ayudará a recuperar con sus poderes extraordinarios el tronco. El filme fue un éxito de taquilla dentro del ámbito de la comunidad autónoma vasca durante las navidades de 2002, destacando que fue más vista en su versión en euskera (un 80%) que en castellano. Posteriormente fue distribuida dentro del País Vasco en promociones editoriales a través de los diarios *El Correo Español* y *El Diario Vasco*, alcanzando la cifra de 6.000 DVD. A partir de este éxito Baleuko se plantea producir regularmente filmes de animación que, aunque se difundan exclusivamente en la comunidad vasca, no sean deficitarios teniendo en cuenta los altos costes de producción que tradicionalmente conlleva el género de animación.

En el año 2004 de nuevo Juanjo Elordi dirige *Los Balunis en la aventura del fin del mundo*. Unos pequeños personajes llamados los Balunis viven en su pequeña comunidad llamada Boroville y sin conocer mucho más allá de lo que hay tras sus fronteras. Uno de ellos decide salir a lo que él considera el fin del mundo, pero tras varias peripecias se dará cuenta de que ha estado andando en círculo, y el viaje le devolverá al punto de partida.

En 2005 repiten argumento y personajes con *Olentzero y el tronco mágico*, la segunda entrega de *Anjé*, dirigida también por Juanjo Elordi. Esta vez se plantean subir el listón técnico y estético sobre el anterior filme, ya que aquél utilizaba fondos dibujados a mano sobre los que se insertaron personajes en 3D. Aquí realizan todo mediante ordenador, enriquecen las escenas con numerosos personajes y éstos lucen una animación más elaborada que pretende imitar el *look* característico de las producciones de animación comerciales (incluso en el primer filme, para ahorrar coste sólo se realizaban 12 fotogramas por segundo en lugar de animar los 24).

Por último, en 2006 han repetido esquema y estrenan una continuación de Betizu, *Betizu eta xangaduko misterioa*. La nave de Betizu se avería y aterrizan en un planeta aparentemente desierto que sin embargo está dominado por un animal salvaje que quiere encontrar un tesoro escondido. Betizu y su grupo ayudarán a los habitantes del planeta y recuperarán el tesoro. La productora en sus notas de prensa enfatiza el hecho de que la gran baza de este filme es conectar con un público infantil que reconozca en esta historia claves propias y en especial en su lengua.

Este repaso a la corta pero densa producción de Baleuko es muy definitorio de sus características como productora. Lo que claramente la diferencia de otras productoras españolas es su acendrado localismo. Una producción estrechamente ligada al audiovisual vasco (ETB) y con muy escasa, por no decir nula, proyección fuera del ámbito de la comunidad autónoma. Baste citar como ejemplo que la mayor parte de sus filmes no se han estrenado en el resto de España e incluso no se distribuyen o lo hacen con retraso en DVD (*Megasónicos* y las dos entregas de *Olentzero* se han comercializado en DVD en enero de 2007 y por supuesto sin ninguna publicidad). La producción, basada en un modelo de financiación casi exclusivo de la televisión autónoma (en la segunda entrega contaron con la participación de la empresa Comedia de Baiona, pero que queda dentro del ámbito vasco), no sólo hace que la difusión sea escasa, sino que condiciona claramente los contenidos. Los personajes de éxito *Olentzero*, los *Balunies*, *Belizu* y las comunidades en que habitan (lugares cerrados cuyo valor es el apego a la tradición y cierto rechazo del progreso) están basados en claras referencias culturales y de folclore autóctonas, lo que dificulta su exportación, no sólo al resto de España, sino también al mercado internacional. La limitación en los recursos económicos crea un producto limitado especialmente en un tipo de trabajo como la animación que necesita de mucho tiempo y gran cantidad de especialistas; por ello sus filmes presentan en su factura ciertas deficiencias estéticas y técnicas. Si el primer largometraje *Megasónicos* se puede considerar casi una rareza primitiva, muy alejada de la madurez argumental y técnica que lucía *Toy Story* dos años antes, con sus muñecos torpemente animados y un diseño simple y tosco, los siguientes presentan este mismo defecto, lo que también redundará en una recepción menor por parte del público acostumbrado a una alta calidad en la animación comercial. Aún así, los progresos técnicos están a su favor (se iniciaron con el software de animación *Alias de Wavefront* sobre las costosas plataformas *Silicon Graphics* para pasarse en 2001 al más asequible y potente software *Maya* y esta vez ya sobre PC) y las nuevas herramientas que en pocos años se han puesto al alcance de animadores y diseñadores han permitido un avance visible en la factura de sus dos últimos filmes, ganando bastante terreno en la desventaja que llevaban con respecto de otras productoras.

En otra comunidad autónoma surge una nueva productora que parece emular los pasos de Baleuko. *Dygra Films* comienza su andadura en La Coruña como empresa de diseño gráfico en 1987 y con el desarrollo del mundo informático nace en 1991 *Dygra Digital Multimedia*. Tras varias producciones interactivas en CD-Rom inician en 1998 la producción de su primer largometraje en 3D: *El bosque animado* (Manolo Gómez, Ángel de la Cruz). El filme se basa en la novela homónima del escritor gallego Wenceslao Fernández Florez, ya llevada al cine en imagen real por José Luis Cuerda en el año 1987. Al igual que Baleuko, el localismo es la materia prima de esta producción, aunque la novela es bien conocida más allá de las fronteras de Galicia.

El microcosmo del bosque y el universo de personajes que lo habitan, fruto de la magia y del más puro lirismo cómico, es trasladado al 3D de nuevo siguiendo los cánones tradicionales de la escuela Disney: conceder el protagonismo a animales antropomorfizados. El filme se estrena tres años después, y aunque son notorias ciertas imperfecciones en la animación sobre todo de los personajes reales, el acabado es mucho más rico que las producciones de Baleuko. La distancia con la empresa vasca también es notable si se tiene en cuenta el espíritu de la producción y su estrategia comercial. Por de pronto, y al igual que muchos otros filmes de animación, se pone especial cuidado en la banda sonora y se utiliza a una figura de la canción pop como Luz Casal para interpretar dos temas. En la producción, además del apoyo de la Xunta de Galicia y Caixanova, se cuenta con una televisión privada de ámbito nacional como es Antena 3 y de Vía Digital. La distribución corre a cargo de Buena Vista International Spain; en otras palabras, Disney. El filme es estrenado en toda España y se convierte en uno de los diez más taquilleros del año llegando al medio millón de espectadores. Aquel año obtiene el Goya a la mejor película de animación y a la mejor canción original.

Cuatro años después estrenan otra producción que parte de nuevo de una obra literaria, pero esta vez se alejan del localismo como fuente de creatividad. *El sueño de una noche de San Juan* (Manolo Gómez, Ángel de la Cruz), parcialmente inspirada en la obra de Shakespeare *El sueño de una noche de verano*. La producción se comparte con la portuguesa Appiafilmes, también dedicada a la animación en 3D, y posee la misma vocación abierta que inspiró al anterior filme. Se estrena en 65 países y se utilizan nuevas líneas de promoción como el *merchandising* en muñecos y otros objetos, hasta llegar a un total de casi 400 productos, y una exposición itinerante que recorre España sobre los personajes y el proceso de creación. Igualmente se inicia una pauta que ya es habitual en el más moderno cine de animación: utilizar actores conocidos para el doblaje de las voces protagonistas. Intervinieron Gabino Diego, Carmen Machi, Isabel Ordaz, Emma Penella y Gemma Cuervo. Se le concedió de nuevo el Goya de 2006 a la mejor película de animación.

Hoy Dygra Films mantiene una producción diversificada estructurada en torno a las actividades que le dieron origen, el diseño multimedia. Además de la producción de cortos y largometrajes de animación, prepara un largo de imagen real y mantiene la producción de interactivos, instalaciones multimedia, un sello discográfico (Filloa Records) y servicios de diseño gráfico publicitario. En cuanto a filmes prepara dos secuelas: la continuación de *El bosque animado* titulada *Espíritu del bosque* y *En busca de Oniria*, donde las brujas que intervenían en *El sueño de una noche de San Juan* se convierten en protagonistas; *Holy Night* sobre el contraste entre las navidades entendidas por la cultura mediterránea y la anglosajona y *El asno de Oro*, una versión libre de la fábula de Apuleyo con un tratamiento de *road movie* en la Hispania romana protagonizada por un burro.

Cerca de Dygra Films, en Santiago de Compostela, se encuentra la tercera productora más importante de animación por ordenador, Brent Entertainment, perteneciente al grupo Filmax. Filmax Entertainment es una compañía de creación, producción, postproducción, distribución y exhibición de programas audiovisuales. Su capital es íntegramente español participado por el Institut Catalá de Finances, Xes Galicia, Caixa Laietana y Caixa Galicia. Su origen se encuentra en la distribuidora cinematográfica Filmax que se remonta a los años cincuenta del siglo pasado. La familia Fernández adquiere en la década de los ochenta la firma y a partir de ahí se expande respondiendo al cambio que el sector audiovisual comienza a sufrir a partir de esos años: nacimiento de nuevos sistemas de exhibición (video doméstico y posteriormente DVD), producción para televisiones privadas y surgimiento de nuevas tecnologías. Es en este ámbito donde se encuadra Brent, una empresa de servicios de producción digital creada en el año 2000 que se liga a una de las ramas del grupo Filmax, Filmax Animation. Brent ofrece servicios integrales para la producción y postproducción digital: animación, integración imagen real con virtual, efectos visuales, grafismo digital, etc. La intención del grupo es desarrollar al menos un filme de animación al año producido en su mayor parte por Filmax Animation, aunque también se da la entrada a coproducir con otras empresas tanto nacionales como internacionales. Hasta la fecha han realizado *El Cid* (José Pozo, 2003), *Pinocho 3000* (Daniel Robichaud, 2004), *Gisaku* (Baltasar Pedrosa, 2005) y *Pérez* (Juan Pablo Buscarini, 2006).

Brent y Filmax Animation tocan todas las técnicas y estilos de animación. *El Cid* y *Gisaku* son dibujos animados tradicionales aunque se auxilian en algunos momentos de la tecnología en 3D para crear masas de personajes o vehículos que se fusionan con la imagen en 2D. *Pérez* es un trabajo de creación digital de ratones animados que se combina con imagen real. Y por último la única película íntegramente realizada en 3D es *Pinocho 3000*, que se produjo junto con la canadiense Cinegroupe y la francesa Animakids. *Pinocho 3000* traslada el tradicional cuento de Collodi a la megalópolis del futuro Scamboville donde Spencer, un pingüino cyborg, ayudará a Gepeto a crear a Pinocho, un robot niño dotado de un procesador único. El hada (cuya voz aporta la actriz norteamericana de comedia Whoopie Goldberg) guiará al niño-robot en su viaje para convertirse en un niño real. El filme obtiene una excelente respuesta comercial y es galardonado con el Goya a la mejor película de animación de 2004. Brent prepara actualmente varios filmes de animación: *Nocturnia*, una extraña fábula onírica donde un niño huérfano busca una estrella en una noche misteriosa, y *Donkey Xote*, una adaptación cómica del *Quijote*, ambas sin fecha de estreno previsto.

Hasta aquí hemos realizado un breve recorrido por estas tres productoras pioneras del cine de animación digital en España. Repasemos algunas de las claves de esta actividad que han salido a la luz para poder confeccionar una radiografía del sector de animación digital en nuestro país.

RUPTURA CON EL PASADO Y PÉRDIDA DE CAPITAL TÉCNICO Y HUMANO

450

Durante los años setenta y ochenta la animación española estaba volcada principalmente en la televisión, y aunque con producción cinematográfica, los largometrajes no tenían el eco comercial que se obtenía con los productos destinados a la pequeña pantalla. Era un momento de esplendor con productoras tradicionales y consolidadas como BRB Internacional [coproduce con Nipón Animation las clásicas *Heidi* (1975) y *Marco* (1976), realiza entre otras *Ruy el pequeño Cid* (1980), *La vuelta al mundo de Willy Fog* (1983), *D'Artacan y los tres mosqueperros* (1986) y *La banda de Mozart* en 1995] o Cruz Delgado que adapta para televisión *El Quijote* con las voces de Fernando Fernán-Gómez para el hidalgo y Antonio Ferrandis para Sancho. Estas series son enormemente populares entre el público de aquellos años. El surgimiento de la tecnología 3D cambia el panorama técnico y estético durante los noventa. Las viejas productoras no incorporan las nuevas tecnologías y se descuelgan de la vanguardia digital. Sólo BRB ahora ha producido una serie en 3D, *Iron Kid* (2006) coproducida con Estados Unidos y Corea del Sur, de emisión actualmente en Televisión Española. Esta falta de continuidad hace que se pierda el saber hacer de técnicos animadores tradicionales que no se trasvasa a las técnicas de las nuevas tecnologías, así como la experiencia de producción de la empresa. Recordemos que los animadores norteamericanos de 3D, en su mayor parte, como el propio Lasseter, proceden de la animación tradicional y han aprendido en estudios como Disney. Este mismo estudio supo incorporar, aunque no sin ciertas tensiones, las nuevas tecnologías, hasta el punto de que tras los éxitos de Pixar le llevaron a comprar la productora. Sin embargo, en España la ruptura hace que se empiece casi de cero. Las nuevas productoras no nacen como divisiones experimentales de las viejas compañías de animación, sino que provienen de la producción televisiva o multimedia. El saber hacer de la animación no se capitaliza hacia la evolución tecnológica y del mercado, por lo que comenzar desde cero es un hándicap que de nuevo nos retrasa en nuestro posicionamiento internacional en el mercado audiovisual. Conscientes de ello, Dygra y Filmax Animation han recurrido a profesionales foráneos experimentados en la producción audiovisual con nuevas tecnologías. *Pinocho 3000* está dirigida por Daniel Robichaud, que ha trabajado en el sector de los efectos visuales en la industria norteamericana, concretamente en filmes como *Apolo 13*, *Titanic* y *El quinto elemento*. Y Dygra va a producir *Holy Night*, largometraje dirigido por Isaac Kerlow, el ex director de producción digital de Disney y pionero de la animación 3D.

FUERTE PRESENCIA DE LA FINANCIACIÓN PÚBLICA EN LA ANIMACIÓN DIGITAL

Al estar desligadas del tejido industrial consolidado necesitan de un respaldo que sólo les proporciona la financiación pública. Ya hemos visto cómo Baleuko está ligada

plenamente a la televisión vasca y su reducido ámbito de movimiento condiciona una producción limitada en recursos y, por lo tanto, en logros. Dygra recibió en 1997 una ayuda por parte de la Xunta de Galicia y un préstamo de desarrollo del programa Media II de la Unión Europea. En 1998 reciben de nuevo una ayuda para desarrollo e investigación tecnológica y en 1999 otra más, en concreto 50 millones de pesetas para la realización del primer film. Igualmente Brent ha sido apoyada por la Xunta y especialmente en el caso del desarrollo de SoftBren, un software propio para la gestión de la producción de largometrajes de animación que ha nacido gracias la aportación de la Consellería de Innovación e Industria de la Xunta y el Ministerio de Industria.

IMITACIÓN DE MODELOS ESTÉTICOS Y NARRATIVOS FORÁNEOS

Si difícil es conseguir un equipo técnico experimentado y unos canales de distribución y exhibición para unas productoras tan jóvenes, más aún lo es conseguir un producto que lleve una imagen de marca diferenciada que potencie su venta. El imaginario y la estética de la animación digital española, salvo en el caso localista ya visto de Baleuko, son deudores de las corrientes internacionales, manifestando una escasa originalidad. La producción generalmente sigue al canon norteamericano o japonés con tal fidelidad que algunos filmes parecen *remakes* de los éxitos comerciales del pasado o de la cartelera presente. Esta característica es especialmente visible en el caso de Filmax Animation. *El Cid* sigue unos modelos estéticos en el diseño de personajes y de animación propios de la factoría Dreamworks que nos recuerdan a largometrajes como *El príncipe de Egipto* o *La ruta hacia El Dorado*. *Pinocho 3000* es sorprendentemente similar a *Robots*, y *Gisaku*, más que un filme, es un elemento promocional para la exposición internacional de Aichi en Japón. La Sociedad Estatal para Exposiciones Internacionales (SEEI) convoca un concurso para promocionar la imagen de España en dicha exposición, y es ganado por Filmax. *Gisaku* imita sin reparos el estilo manga y *anime* japonés promocionándose incluso como el primer *anime* europeo. Un disparatado guión que encaja mal la necesidad de vender la imagen de España con una clásica historia de héroes nipones hace que nos encontremos con situaciones un tanto atípicas como ver a un guerrero comer tortilla de patatas o jamón serrano. *Pérez* es un trasunto narrativo de *Stuart Little*, el filme en el que se nos presentaba un simpático ratón en un ambiente de imagen real, además de unirse a la sinergia de ratones animados que se presentan en estas fechas o en el futuro próximo, como *Ratónpolis* y *Ratatouille*. Y *Donkey Xote* recuerda claramente al filme *Shrek*, del que se espera para este año su tercera parte. Dygra parece mantener un cierto equilibrio entre una vocación internacional y un cierto sello de continuidad en sus propuestas estéticas y temáticas. El antropomorfismo de animales estilo Disney impera así como una cierta

tendencia a la adaptación de obras clásicas, de nuevo una constante de Disney. En este punto es importante señalar cómo la animación española se aparta de una corriente que sin embargo está muy consolidada en Europa y en concreto en Francia, la animación con carácter experimental y con cierta imagen de autoría destinada más que al público infantil a una audiencia adulta. Por supuesto que en los festivales españoles de animación no faltan cortometrajes o proyectos que conectan con esta línea, pero viven totalmente ajenos a la industria.

La última edición de la Seminci, el Festival de Cine de Valladolid, se ha abierto con el estreno de un filme de animación francés, *Azur et Asmar* de Michel Ocelot, que ya consolidó la imagen de autor de animación con *Kirikú y la Bruja*, un filme que busca una narración alejada de la tradicional lucha heroica y otra estética más cercana a la vanguardia europea. Igualmente se presentó en el último festival ArtFutura el filme, también francés, *Renaissance* de Christian Volckman que experimenta con la más alta tecnología de animación digital, la captura de movimiento y una estética de cine negro y *comic* de alto contraste (el filme en blanco y negro no posee ninguna gama de grises) para ambientar en un París del futuro una historia de ciencia-ficción con ecos de *Blade Runner*. Valgan estas dos muestras para señalar la debilidad de la animación española en cuanto a su propuesta dramática, que oscila entre las referencias locales con escaso calado internacional, el más puro travestismo de fórmulas de éxito y el recurso a temas tradicionalmente ya llevados a la animación: el Cid y el Quijote como los más sobresalientes. La creación de personajes atractivos y unos guiones originales son hoy por hoy el punto menos desarrollado de estos largometrajes.

ATOMIZACIÓN DEL SECTOR

Nos hemos centrado en las tres productoras sobresalientes de la animación digital, pero paralelamente a ellas y gracias a su éxito han nacido como efecto imitación otras con un volumen de producción menor, pero que pueden en el futuro impulsar un sector en transformación. Destacaremos a modo de epílogo algunos nombres: Anima2, ya desaparecida, que produjo la primera serie de animación en 3D en España, *Defensor5*; Dibulitoon Studio, del País Vasco, que ha realizado los largometrajes en 3D con escasa repercusión comercial *El ladrón de sueños* (2000), *Glup* (2003) *Supertramps* (2004) y *Cristóbal Molón* (2006); Zinkia, que ha producido *Pocoyo* (2005), una serie para la franja de audiencia preescolar; por último, citemos a Ilion Animation Studios ligada, merced al origen de sus fundadores, a otra franja del sector audiovisual emergente como son los videojuegos, que prepara *Planet One* en la que intervienen el guionista de *Shrek* y *Shrek 2* y el productor de otros filmes de animación norteamericanos como *Rugrats en París* y *Jimmy Neutrón*. Lo que, por un lado, puede resultar una tendencia positiva, la revitalización de un sector, por otro, puede dar lugar a uno de los

endémicos males de nuestra industria audiovisual, la falta de concentración, y por ello la multiplicación de pequeñas productoras que bajo el marchamo de independientes se mantienen a duras penas con una escasa producción.

CONCLUSIÓN

La animación por ordenador en España no se hizo esperar, afortunadamente, y el impulso de esos pioneros vascos animó a muchas otros profesionales a demostrar que las nuevas tecnologías eran una buena herramienta para realizar animación. Estos diez años han demostrado que podemos producir filmes con cierta solvencia a la que ayudan varios factores que hasta ahora no estaban presentes en la animación clásica:

- La difusión y abaratamiento de la tecnología básica. La informática se configura como una herramienta universal que propicia no sólo unos costes cada vez más reducidos para las productoras, sino también un acceso hasta ahora negado a los artistas independientes y a los jóvenes aspirantes a profesionales que pueden practicar sin problemas con equipos propios.
- La percepción de la animación como un sector no marginal. A ello contribuyen la difusión entre el público en general de nuevos festivales como Animadrid creado en el año 2000 o Mundos Digitales que hoy se configura como el encuentro más importante en España de la imagen digital en todos sus nuevos formatos.
- La salida del amateurismo. Por primera vez esta actividad audiovisual está presente tanto en los planes de estudio de enseñanzas generales de imagen como en cursos específicos de animación. Ello contribuye a una mejor y más rápida formación de profesionales.

Este panorama se muestra alentador, un nuevo horizonte en lo que significaba producir animación en España. Queda el desafío de consolidar un mercado a través de una vocación claramente internacional y un posicionamiento en la búsqueda clara de uno o varios tipos de públicos; en otras palabras, diversificar una producción que no sea exclusivamente deudora de la imitación del clasicismo norteamericano y pueda crear una voz propia en varios tipos de mercados.

BIBLIOGRAFÍA

Bendazzi, G. (2003), *Cartoons, 110 años de cine de animación*, Madrid, Editorial Ocho y Medio.

Furniss, M. (1998), *Art in Motion. Animation Aesthetics*, Sydney, John Libbey & Company Pty Ltd.

Martínez Barnuevo, M. L. (2003), *El cine de animación en España (1908-2001)*, Valladolid, Fancy Ediciones.

Prodescon (2002), *El sector de la producción audiovisual de animación en España*, Madrid, Fundación Autor.

Yébenes, P. (2002), *Cine de animación en España*, Barcelona, Editorial Ariel, S. A.

Zapater, J. (2004), *Dibujos en el vacío. Claves del cine japonés de animación*, Valencia, IVAM.

WEBS

– <http://www.filmax.com>

– <http://www.bren.es>

– <http://www.baleuko.com>

– <http://www.dygrafilms.es>

Internet como nueva herramienta de promoción cinematográfica. Su aplicación en películas internacionales y de producción nacional

RAFAEL LINARES PALOMAR
EVA PATRICIA FERNÁNDEZ MANZANO
Universidad Rey Juan Carlos de Madrid

LOS INTERNAUTAS: LÍDERES DEL SIGLO XXI

Está naciendo un nuevo arquetipo humano: parte de su vida la vive cómodamente en los mundos virtuales del ciberespacio: conoce bien el funcionamiento de una economía-red; está más interesado en tener experiencias excitantes y entretenidas que en acumular cosas; es capaz de interactuar simultáneamente en mundos paralelos, y de cambiar rápidamente de la personalidad para adecuarse a cualquier nueva realidad –real o simulada– que se le presente (Rifkin, 200: 247)

Con estas palabras define Rifkin al nuevo modelo de hombre del siglo XXI. Atendiendo a las características que el autor resalta, observamos que cumple los requisitos de los internautas, gente con la capacidad de sentirse cómoda en un mundo virtual y con la capacidad de desenvolverse en ese mundo inmaterial a la par que desarrolla su vida cotidiana en el mundo normal.

Los internautas de hoy se han convertido en parte en líderes de opinión para un grupo de gente. Ha pasado tiempo desde los clásicos oradores que ofrecían su discurso a la gran masa con tintes revolucionarios en el siglo de la Revolución Industrial, pasando por los periodistas de prestigio con sus columnas de opinión hasta los internautas de hoy en día que expresan sus opiniones en los *blogs*. De la misma manera el *marketing* ha evolucionado de un marketing *outbound* (tengo un producto y le busco un mercado)

a un marketing *inbound* más moderno y directo (tengo un cliente, qué puedo ofrecer que le guste). En este sentido podemos decir que tanto los comunicadores como el marketing han tenido una evolución paralela que les ha llevado a buscar desde los grandes mercados o públicos que les escuchen a los *targets* concretos, donde son escuchados con atención y tienen la capacidad de ilusionar y sobre todo fidelizar a sus seguidores.

La principal ventaja de los usuarios de la Red es el gran conocimiento y dominio que tienen de las herramientas comunicativas, con las que están en disposición de ser un gran comunicador y la Red les va a ofrecer su púlpito para expresar lo que deseen. Podrán crear sus mensajes a partir de páginas *webs* propias, de foros o, lo que hoy es cada vez una más numerosa fuente de expresión, los *blogs*.

El entramado de *Inteligencia Artificial*

El caso de la película *El proyecto de la bruja de Blair* (Myrick, D., y Sánchez, E., 1999) se puede entender como el origen de las nuevas formas de promoción en Internet basada en una campaña de *snuzz* marketing, donde se intentó convencer de la veracidad de la historia que narraba y la existencia de tal bruja.

Con la promoción de *Inteligencia Artificial* (Spielberg, S., 2001) se encuentra un nuevo punto de inflexión en una campaña bien preparada y orquestada. En la página oficial de la película se podían encontrar las habituales descargas de promoción. Entre ellas se encontraba un trailer un tanto especial. En él, en los créditos, se podía leer la participación en el equipo técnico del film de un profesional un tanto curioso: *Sentient Machine Therapist* (algo parecido a Terapeuta de Máquinas Sensibles) y el nombre de Jeanine Salla.

Este dato era muy sutil y pocos se percataron de tal detalle, solamente aquellos para los que Internet es un juego. A partir de este nombre y tecleándolo en *Google* podrías acceder a la página personal de la supuesta doctora de una prestigiosa universidad, totalmente inventada, Banagalore World University. Los que accedían a ella encontraban un número de teléfono y un mail totalmente funcionales.

Llamando al número de teléfono entras en un misteriosa intriga que te lleva a descubrir aspectos secretos de la familia Salla, la muerte de Evan Chan, uno de los inventores del sistema de inteligencia artificial, organizaciones a favor y en contra de los robots, diseñadores y arquitectos, etc. Y todo ello en un mundo ambientado en el año 2142. El juego llega incluso a realizar amenazas¹ a los valientes que se habían adentrado en el universo que Spielberg creó en torno a su película.

A pesar de un comienzo tímido debido a la sutileza del juego, la campaña de promoción fue un éxito rotundo gracias a la creación de una comunidad virtual creada en torno a resolver los misterios de tan extraña historia.

¹ «Fuera de aquí. Son más inteligentes que tú. Te destruirán» (Siomonet, 2002: 137).

La clave del éxito es la creación de un juego que necesita la complicidad del jugador, su inteligencia.

Para resolver el juego se deben conocer demasiados recursos: enciclopedias, código Morse y de enigma, conocimientos de biología avanzados, japonés, alemán, trucos de *hacker*, conocimientos de notación musical, del juego Go... Se debe saber demasiado, tener innumerables conocimientos y perspicacia, como para que una sola persona pueda encontrar todas las respuestas (Siomonet, 2002: 139).

La necesidad de adentrarse en algo peligroso y la curiosidad por resolver este misterio de más de 700 páginas de texto, 40 *webs* diferentes, operadoras telefónicas, *mails*, etc., fueron una pólvora ideal de expansión entre los internautas, que tuvieron que unirse para poder llegar a la solución del problema.

Esta campaña de promoción que apenas revelaba datos de la película a la que hacía referencia contó con un costo que superaba el millón de dólares. A pesar de que esta cantidad puede resultar insignificante si se compara con los gastos de producción o en *P&A* de una película de tal envergadura en la industria de Hollywood. En España una promoción así sería difícilmente realizable; muchas de las películas que se producen cuentan con ese presupuesto o inferior para poder ser realizadas.

Comunidades en España. *Gritos en el pasillo*

Gritos en el pasillo (Ramírez Mascaró, J. J., 2006) se trata de una película de animación hecha con cacahuetes. Este extraño proyecto se ha realizado durante más de tres años (desde 2004 hasta su presentación en julio de 2006). Y ha contado con un presupuesto mínimo para su producción.

Lo curioso de este filme es la gran aceptación alcanzada dentro de las comunidades virtuales. Su página oficial tuvo que estar desconectada durante más de medio año debido a que, en algo más de tres meses, el primer trailer de la película que se colgó fue visto por más de 15.000 personas, todo un éxito para una película de estas características. Las razones de este gran «boca-oreja» que han supuesto la clave del éxito inicial de esta película son varias:

- El equipo: a pesar de no ser un equipo numeroso, sus miembros son muy activos en el mundo virtual. Son colaboradores de distintas *webs* y *blogs* en los que participan activamente, y suelen corresponder siempre a comunidades virtuales con los mismos gustos.
- Los líderes: al igual que los grandes estudios y las productoras facilitan información de primer orden a los *webmasters* o *bloggers* con gran capacidad de persuasión, el equipo de *Gritos en el pasillo* ha contado con la colaboración de este tipo de nuevos líderes de opinión en la Red muy activos que han ayudado a mantener informados a sus seguidores sobre los avatares de la producción del largometraje.

- Las comunidades: el interés de la película se ha extendido entre distintos grupos, donde el marketing viral llega a tener un gran efecto y rápida propagación. Existe un sentimiento de reconocimiento con el grupo y la necesidad de ayuda entre unos y otros; de esta forma, actividades tan emprendedoras, arriesgadas y originales como una película rodada con frutos secos son un ejemplo de fácil propagación entre estas comunidades.

La comunidad denominada *freakies* ha sido una de las grandes lanzaderas. Este grupo está formado por un alto número de personas con un gusto común, entre otras cosas, por el cine extravagante e independiente, especialmente de terror. Son usuarios habitualmente con un nivel cultural alto y un gran conocimiento y uso de las últimas tecnologías, frecuentes consumidores de *bloggers*. La película contiene los elementos necesarios para gustar a este grupo tan influyente en la Red y convertirlo en su aliado: la película está hecha por miembros de la comunidad *freak* y para ellos rompe con los moldes del cine convencional de animación; es una película independiente sin financiación; es un ejemplo a seguir por otros miembros de la Comunidad; supone un reto a lo establecido; es una autoconfirmación de su situación de *outsiders*, ya que es un producto que está hecho para ellos. La gran cantidad de tiempo invertido en su elaboración y todas las dificultades a las que se ha enfrentado, narradas en sus cuadernos de bitácora, le han convertido en una leyenda o sueño increíble de hacer.

- De lo local a lo general: «El primer largo rodado en Fuerteventura. El primer largometraje de animación rodado en Canarias. El primer largometraje rodado... con frutos secos... del mundo». Con este eslogan se hacían anunciar las primeras versiones de trailer de la película. A pesar de no contar con la colaboración del Cabildo de Gran Canaria, el sentimiento de pertenencia a un lugar es cada vez mayor. Frente a una industria cada vez más centralizada en las grandes capitales, su apuesta por la descentralización como una muestra más de la pertenencia al grupo marginal, y que es un alegato más a favor del grupo al que pertenecen.
- La *web* oficial: frente al escaso presupuesto, la *web* oficial ha sido la gran pantalla de información al público. En ella se ha informado sobre quiénes han hecho la película, han ofrecido la posibilidad de opinar a los visitantes a través de libros de visita y han introducido a todo aquel internauta que accedía a su *site* dentro del universo mágico que han creado dentro de la película. La continua actualización del sitio (excepto los meses que se dio de baja por el exceso de visitas), el fácil acceso y navegabilidad, el atractivo diseño acorde a la película y el hecho de convertir la página como punto de encuentro de colaboradores, amigos e interesados son algunas de las claves de su éxito.

Con estos elementos y características posee la materia prima de convertirse, como han indicado algunos profesionales reconocidos del sector, en «*El Mariachi* de la animación española».

El caso *AzulOscuroCasiNegro*. Las *Googles boom*

¿Ya has visto «AzulOscuroCasiNegro» de Daniel Sánchez Arévalo? ¿Te gustó? ¿Quieres ayudar a promocionar la primera película de uno de los más prometedores cineastas españoles? ¿Tienes un web?².

De esta manera tan sencilla comienza un reclamo para iniciar una campaña de apoyo en la promoción de una película española por los propios espectadores. A lo que hace referencia este llamamiento es lo que se conoce como una *Google Boom*, «método por el cual es posible colocar ciertos sitios *web* en los primeros lugares de una búsqueda en *Google* utilizando un texto determinado»³. A través de enlaces en páginas personales y *blogs*, el buscador *Google* reconocerá esta página con la cadena de palabras asignadas, y lo hará aparecer en los primeros puestos de la búsqueda, de manera que el sitio tendrá una mayor notoriedad.

Esta iniciativa comienza desde un *blog* de aficionados al cine (www.blogcinema.es) donde se desarrollan comentarios de películas, noticias sobre estrenos, curiosidades e información de todo tipo para aficionados al séptimo arte.

El objetivo de esta acción en Internet es dar un apoyo a la «ópera prima» del cineasta Daniel Sánchez Arévalo, estrenada el 31 de marzo de 2006 y que se ha convertido en uno de las sorpresas nacionales del año 2006, destacando desde su presentación en el Festival de Málaga donde se hizo con varios premios y fue considerada por los profesionales como una de las favoritas.

La promoción consiste en fomentar que el *link* oficial de la película aparezca en primer lugar en el buscador de *Google* cuando se introducen en unos criterios de búsqueda. En este caso era necesario teclear «una gran película» para que el buscador nos diera el *site* oficial en los primeros puestos.

El éxito de esta campaña parece quedar patente cuando, tecleando la consigna en el buscador de *Google*, aparece el *link* a la página oficial de la película en primer lugar. Este caso de promoción puede resultar inocente en comparación con otro tipo de acciones realizadas en Internet, pero nos sirve para reafirmar la importancia de algunos aspectos.

Por un lado, estamos observando una nueva manera original de *buzz marketing*. Desde una comunidad virtual creada en torno a un líder, en este caso el autor del *blog*, comienza un acto de promoción. La película ha conectado con su público potencial, y éste es el que se encarga de hacerlo llegar a través de herramientas poco habituales. El éxito de esta iniciativa se debe al fácil acceso que tiene el público a estos medios, el gran uso de los buscadores que se hace en la red y que *Google* es el que con mayor

² www.blogcinema.es, 17 de abril de 2006.

³ www.wikipedia.org, 10 de septiembre de 2006.

número de visitas cuenta. La promoción «boca-oído» ya no es sólo en un círculo cerrado y limitado, como son los foros o los *blogs*, sino que se expande y facilita el acceso a cualquier internauta. Es, por tanto, indispensable contar con la colaboración y complicidad de los colaboradores y habituales visitantes de la página.

Con esta acción en la Red lo que se consigue es un posicionamiento de la película en la mente del internauta de que se encuentra ante una gran película independiente de su nacionalidad, elenco de actores o director, entre otras cosas.

460

Este tipo de acciones en solitario es una mera anécdota si no se encuentra acompañada por una gran difusión que incite al usuario a hacer esa búsqueda tan concreta. Incluso puede llegar a dañar la imagen de la película y producir el efecto contrario, a pesar de la buena intención con la que partía la acción. Pero un resultado de esas características puede ser visto por el espectador como una pretenciosa campaña de promoción orquestada por la productora y crear el rechazo de la película.

Piratas del Caribe 2: el cofre del hombre muerto

Un ejemplo de gran promoción en la Red

Desde las campañas de promoción que trataban de convencernos de la realidad de un hecho (*El proyecto de la bruja de Blair*) hasta la ingeniosa y sutil estratagema propuesta por *Inteligencia Artificial*, comentada anteriormente, llegamos a la más comercial y descaradamente promocional estrategia de *Piratas del Caribe 2: el cofre del hombre muerto* (Verbinski, G., 2006).

Los grandes estudios norteamericanos cuentan con grandes inversiones en promoción de sus películas, especialmente *Piratas del Caribe 2*. El resultado de esta estrategia se confirma en la cartelera española cuando la historia fantástica de piratas se lanza con 787 copias, marcando un nuevo récord en el número de copias en distribución en España (superando las 750 de *El Código Da Vinci*).

De todas las acciones que ha realizado Buena Vista para el estreno de *Piratas del Caribe 2* es destacable la realizada junto a la marca de coches de lujo *Volvo*, donde Internet ha sido una pieza clave.

Esta campaña concreta ha sido denominada «La búsqueda»⁴. Unos meses anteriores al estreno de la película en Estados Unidos, Disney junto a Volvo, en una campaña de acción conjunta (*partners*), deciden esconder el último modelo XC90 de Volvo en una parte del mundo. Posteriormente la campaña se extendió a otros países como Reino Unido, Japón, Austria y España.

Siguiendo el clásico argumento de que los piratas escondían sus tesoros en lugares desconocidos y que para encontrarlos creaban complicados y enrevesados enigmas, ambas

⁴ www.thehunt.volvocars.net, 15 de julio de 2006.

empresas han hecho lo mismo. Han creado su propio tesoro –el Volvo XC90, un coche valorado en más de 45.000€– y lo han escondido en alguna parte del planeta.

La búsqueda empezó desde el día 12 de junio y duraba un mes; el estreno de la película en Estados Unidos fue el 7 de julio del mismo año.

Durante ese mes las personas que querían participar sólo tenían que acudir a un concesionario Volvo para que les dieran un primer código con el que poder acceder al juego de la búsqueda y al primero de los acertijos. En ese mes los participantes debían resolver los enigmas para hacer una selección de finalistas que serían llevados a una isla de las Bahamas, donde en una prueba final llegaría el ganador hasta el codiciado tesoro.

Toda esta campaña de promoción estaba orquestada y dirigida desde la página *web* creada para tal evento. Los concursantes eran animados con pistas que les llegaban por *email*.

La campaña tuvo una gran repercusión en la Red ayudada por el éxito de la página *youtube.com* e incluso la herramienta de *Google*, el mapa *Google Earth*, había introducido una isla en el globo terráqueo denominada «Isla Pirata».

Estas acciones junto a muchas otras que se hicieron para la promoción de esta película son sólo una parte de una gran campaña de promoción a la altura de uno de los grandes estrenos de una superproducción cinematográfica del año, obteniendo un gran resultado a nivel internacional.

El caso de un *blogger* español. Nacho Vigalondo

En la blogosfera española tenemos que hacer referencia al caso de Nacho Vigalondo, cineasta español con tendencia a convertirse en un *showman* siguiendo las directrices creadas por Santiago Segura. Este director fue nominado a los premios Oscar, en la sección a mejor cortometraje, con su película *7:35 de la mañana* (Vigalondo, N., 2003) galardón que a día de hoy sólo había conseguido otro director canario, Juan Carlos Fresnadillo, con su cortometraje *Esposados* (2006).

Aprovechando la popularidad conseguida a raíz de su nominación a los Oscars, y su participación y colaboraciones en distintos programas de televisión (*La hora chanante* de Paramot Comedy, *Agitación + IVA* de Telecinco), publicidad y escenarios, Vigalondo ha creado un espacio *web* en torno a él con una estética y diseño cuidados. Es una manera de mantenerse en contacto con sus seguidores y simpatizantes, donde poder ofrecerles más sobre su personaje y mantenerles informados de sus proyectos y trabajos.

La estructura de su presencia en la Red es la siguiente. Por un lado, tiene su propia página personal en forma de *blog* (www.nachovigalondo.com), que enlaza con otro *blog* de su autoría, con motivo del diario de su película *Los cronocrímenes* (www.cronocrimenes.com/cronoblog) y con la *web* oficial de la película que da cabida al *blog* (www.cronocrimenes.com). También existen dos páginas de sus dos últimos corto-

metrajes, el multipremiado *7:35 de la mañana* y *Choque* (2005), a los que se accede desde su página principal. Con esta disposición se permite al visitante llegar a las principales páginas y de esta manera también se dirige a los lectores que acceden a los cortometrajes a los nuevos trabajos del director; así se les actualiza la información y se les mantiene informados, a la par de invitarles a participar y conocer de primera mano los proyectos y al autor. El éxito de esta página personal y sus derivadas se debe a distintas razones.

- El personaje: es la razón principal para el éxito de un *site* de estas características. Es necesaria, por un lado, popularidad suficiente para generar interés y, por otro, una gran capacidad comunicativa. En este caso Nacho Vigalondo ha sabido crearse un grupo de seguidores a raíz de un medio en el que ha sabido desenvolverse como es la cinematografía y en concreto dentro del grupo de cortometrajistas. De esta manera ha creado su propia comunidad, donde se representa como un líder de opinión, y tanto sus actos como proyectos generan interés para los seguidores.
- Una estética cuidada. Como buen personaje necesita crear su propio estilo, así como una simbología que lo represente y que le sea fácilmente reconocible entre los miembros de su comunidad. Además de estar en consonancia con el resto de sus trabajos.
- Información: ofrecer noticias de última hora acerca de la evolución de los proyectos, como, por ejemplo, el uso de *link* que te lleven a las fotos de las localizaciones de sus películas. De esta manera se mantiene informado a los visitantes, además de hacerles partícipes de los procesos de producción de la película.
- Hiperenlaces: a través de la página principal el autor nos invita a entrar en otras páginas, las que aconseja y que entendemos que son de su gusto. De esta manera seguimos estando dentro de lo que es su comunidad, ya que la mayoría de los enlaces nos llevan a *blogs* y *sites* protagonizados por personas vinculadas en su mayoría al mundo del cine, como se demuestra también en los enlaces de los que participan en sus comentarios, la mayoría de ellos autores de otros *blogs* con el cine como eje central.
- Videos: el autor ofrece también *trailers* de sus películas, así como *sketches* protagonizados y dirigidos por él. Una gran mayoría de ellos son rescatados de la página *youtube.com*, otro punto de encuentro para poder ampliar sus redes sociales a través de la Red y poder mostrar sus contactos.
- Exclusivas: una forma de mantener el interés de su parroquia es ofreciendo material inédito, al que sólo los *fans* más entregados y que siguen su diario tienen acceso. Una de las maneras en que lo hace este *blogger* es a través de la entrega por capítulos de un guión de largometraje llamado *El chico del año* de su autoría, que a pesar de haberse intentado financiar, no se rodará. Sus seguidores, como muestra de agradecimiento, ofrecen al autor posibles carteles de la película que nunca será.

- *Feedback*: una de las grandes claves de los *blogs* para su éxito es la conversación. Que los que visitan la página y participan de ella se sientan escuchados y tengan la seguridad de la existencia de alguien detrás. De esta manera a través de los comentarios y la actualización se mantiene el interés por una página.

Con estas características el autor consigue ampliar su popularidad en la red con cada visita que recibe, además de seguir la tendencia irreverente de otros *bloggers* más conocidos como el cineasta Michael Moore. Además consigue llevar a sus visitas a aquellos proyectos que le interesa promocionar y de los cuales quiere que se hable. Por lo tanto, el éxito no estriba tanto en llegar a un gran público, sino en conectar bien con un determinado perfil de gente que serán los encargados de transmitir el mensaje.

CONCLUSIONES

La industria del cine norteamericana ha asumido la importancia de la Red como un importante vehículo para acompañar la promoción de sus películas. De esta manera han añadido a sus campañas de lanzamiento todas las herramientas que han aparecido y desarrollado gracias a la Red, conscientes de la capacidad de penetración en públicos concretos.

Mientras tanto el audiovisual cinematográfico español añade de manera menos profesional y más individual estas técnicas en la mercadotecnia de sus películas. La diferencia de presupuestos, el mercado de tamaño más limitado y las prioridades por otros aspectos de la producción ralentizan la introducción de técnicas más agresivas de promoción en Internet.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez Monzoncillo, J. M. (2004), *El futuro del ocio en el hogar*, Madrid, Fundación Autor.

Baraybar, A. (2006), *Marketing en televisión*, Madrid, Fragua.

Buquet, G. (2005), *El poder de Hollywood. Un análisis económico del mercado audiovisual en Europa y Estados Unidos*, Madrid, Fundación Autor.

464

Durie, J.; Pham, A., y Watson (2000), *Marketing and selling your film around the world*, Los Ángeles, Silman James Press.

Friedman, R. (2006), «Marketing de películas», en Squire, J. (editor), *El juego de Hollywood*, Madrid, TyB editores.

García Fernández, E. (2006), «El cine», en García Fernández, E.; Sánchez González, S.; Marcos, M., y Urrero, G., *La cultura de la imagen*, Madrid, Fragua.

Kotler, P.; Cámara, D.; Grande, I., y Cruz, I. (2000), *Dirección de Marketing*, Madrid, Edición Milenio, Pearson Educación.

Kotler, P., y Trías de Bes, F. (2004), *Marketing lateral*, Madrid, Pearson Educación.

Lasuén, J. R.; García Gracia, M. I., y Zofío, J. L. (2006), *Cultura y Economía*, Madrid, Fundación Autor.

Rifkin, J. (2000), *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*, Barcelona, Paidós.

Siomonet, G. (2002), *Intertentamiento. Las películas de cine en Internet*, Uruguay, Universidad Católica, Montevideo.

Stambouli, K., y Briones, E. (2004), *Buzz marketing. Estrategias boca-oreja*, Barcelona, Ediciones Deusto.

Vogel, H. L. (2004), *La industria de la cultura y el ocio. Un análisis económico*, Madrid, Datautor, Fundación Autor.

Yoder, K. (2006), «Investigación de mercados», en Squire, J. (editor), *El juego de Hollywood*, Madrid, TyB editores.

Zallo, R. (1988), *Economía de la comunicación y cultura*, Akal comunicación.

El proyecto Manhattan: un ejemplo de producción desde la universidad

RAMÓN LUQUE CÓZAR, *Universidad Rey Juan Carlos I de Madrid*

JUAN JOSÉ DOMÍNGUEZ LÓPEZ, *Universidad de Salamanca*

INTRODUCCIÓN: MOTIVACIONES Y PRINCIPIOS. LOS OBJETIVOS DE *EL PROYECTO MANHATTAN*

¿Qué sentido tiene realizar una película de ficción argumental en el ámbito de una universidad pública? Parece que nos encontramos en un momento en el que el término *investigar* en el terreno de la comunicación audiovisual empieza a circunscribirse a aquellas aplicaciones de los métodos experimentales cuantitativos a las realidades de la comunicación que permiten obtener resultados de interés para el ámbito empresarial o político, en un sentido amplio, de la comunicación. En esta situación podría ser un contrasentido proponer una reflexión estética sobre la obra audiovisual desde el punto de vista de dos investigadores del área de comunicación. Mucho más cuando esa reflexión y estudio no se ofrece en forma escrita, sino como una película de largometraje de ficción titulada *El proyecto Manhattan*. Somos conscientes, por lo tanto, de que se trata de una investigación cuyos resultados no servirán probablemente para establecer políticas de comunicación ni ayudarán a encontrar un nuevo modo de implementar la influencia de los mensajes mediáticos sobre las audiencias o el público. Sin embargo, creemos que con nuestro estudio hemos contribuido a poner de manifiesto las posibilidades de creación de discursos audiovisuales que se sitúen fuera de los límites habituales y manidos del lenguaje cinematográfico definido por el llamado *Modo de Representación Institucional* o MRI (Burch, 1991). Tal vez nuestra aspiración de

fondo podría ser considerada un tanto soberbia: demostrar que es posible la creación de discursos marginales que puedan ser entendidos y aceptados por los individuos que, una vez dentro de la sala cinematográfica, lejos de convertirse en público homogéneo, mantienen, desde nuestro punto de vista, su capacidad crítica y que, por lo tanto, deciden ver y son capaces de entender obras cinematográficas complejas.

Los fines de *El proyecto Manhattan* podrían haberse quedado en estos aspectos llamémosles más *formales*. Sin embargo, preparar el rodaje nos supuso nuevos retos que ampliaron este primer propósito. Para poder dar forma al largometraje era necesario partir de un guión. De este modo, también hemos hecho una reflexión *narrativa*. Pero, además, teníamos que producir de forma práctica y concreta una película con una serie de medios, lo que nos ha permitido reflexionar también sobre los métodos de producción de películas de bajo presupuesto o incluso sin presupuesto (*no budget films*).

Así pues, la película *El proyecto Manhattan* terminó siendo un proyecto de creación e investigación con cuatro objetivos básicos:

1. Realizar una obra formalmente atrevida sin que por ello se rompiera la relación con los espectadores.
2. Comunicar una serie de ideas sobre el mundo de las relaciones humanas a través de una narración fílmica.
3. Reflexionar sobre los sistemas de producción de cine de bajo presupuesto.
4. Explorar las posibilidades docentes y pedagógicas de este tipo de iniciativas.

Finalmente, el hecho de que el resultado final de esta investigación y reflexión se presentara en forma de película también nos obligó a pensar en los límites y las posibilidades de las obras de creación para convertirse en un modo de investigar. Sin tener unas conclusiones cerradas sobre este aspecto, consideramos que la creación de obras audiovisuales que traten de poner en práctica lo que se deduce de las obras más teóricas es un modo válido de, como mínimo, promover un debate más generalizado sobre esos aspectos teóricos que sólo si se presentan de un modo más palpable, en forma de película, por ejemplo, pueden llegar más allá del reducido círculo académico.

BASES TEÓRICAS Y CINEMATOGRÁFICAS DE *EL PROYECTO MANHATTAN*

En lo que se refiere a los contenidos más *ideológicos* de la película, los directores de *El proyecto Manhattan* somos autores de una obra en forma de diálogo filosófico (Domínguez y Luque, 2006) en la que pueden encontrarse algunas de las ideas que están presentes en la película: la dificultad para la comunicación humana en un mundo tecnologizado, el poder de los roles que desempeñamos en la sociedad, los

problemas que acarrea una definición demasiado cerrada de conceptos como *amor*, *pareja*, *relación sentimental* o incluso *amistad*, etc.

En cuanto a los aspectos formales, la cuestión estaba menos clara, aunque plenamente condicionada por los aspectos relacionados con la producción. Decidimos realizar la película en el interior de un plató donde, con ayuda de la iluminación y la menor cantidad de elementos de *atrezzo*, evocamos los espacios donde se desarrolla la película. Noel Burch (1995: 251) traza los rasgos del nacimiento del llamado *Modo de Representación Institucional*. Según este historiador del cine, las obras cinematográficas que se proyectan desde los años veinte han terminado por adoptar los modos de representación clásicos instituidos por Griffith y otros directores y realizadores en Estados Unidos, a partir del aburguesamiento del espectáculo cinematográfico. Por el camino han ido quedando otros modos, otras posibilidades de representación y expresión primitivas, pero no por ello defectivas o anticuadas.

La marginación de esas experiencias primitivas dentro del lenguaje cinematográfico no ha sido casual ni gratuita. Gómez Tarín (2002: 7) indica que la cinematografía norteamericana impuso sus criterios de forma casi universal. También destaca que la experimentación y diversificación en el lenguaje del cine no son nuevas y recuerda que en el periodo 1908-1915 se produjeron una serie de *tensiones* fruto de la «imposible implantación de un modelo hegemónico en el dominio de la representación cinematográfica» (2002: 8). Habla este autor de experiencias distintas a las norteamericanas por parte de pioneros del cine inglés. También se remonta a años previos a la aparición de Griffith y destaca las superposiciones múltiples del film *The Dream of a Raberit Friend* (1906) o los encadenados de *Three American Beauties* (1906) de Edison como un anticipo de las vanguardias.

De un lado, queda claro que el hecho de que *El proyecto Manhattan* sea una producción digital, experimental e independiente implica una toma de postura que significa una *resistencia* frente a la situación de *entrega total* que, según Gómez Tarín y otros estudiosos, viven los mercados occidentales ante el imperialismo audiovisual de Estados Unidos. Se habla de modificaciones en los discursos formales que dismantelan el MRI y establecen otros modelos alternativos. Gómez Tarín dice que se debe denunciar la ficcionalización (espectacularización) de lo real y la naturalización de lo ficticio en nuestras sociedades mediáticas y que, por contra, estas nuevas producciones tendrían que interpelar al espectador ante el mundo en que vive. Es decir, la función del cine con esta apertura sería la de crear espectadores activos que ven películas para crecer como seres humanos, para reflexionar y pensar por sí mismos, una función opuesta en principio al cine-espectáculo destinado a espectadores pasivos que buscan evasión para huir de sus preocupaciones y no pensar.

Esta división quizás algo brusca entre dos formas de entender el cine es previa desde luego a la revolución digital, aunque es cierto que ésta acentuará lo que en principio podría definirse como una *tendencia al cine de autor*.

Para la realización de nuestra película partimos, pues, de un cine que trata de reflejar el mundo, siempre a partir de la visión del cineasta, pero con asuntos que interesen y afecten directamente al espectador. Un cine experimental que, por experimental precisamente, beberá del pasado y de propuestas estéticas calificadas en su día de alternativas, unas propuestas vinculadas a unos autores cuyas obras se han caracterizado, entre otras cosas, por poner en cuestión el MRI.

Lógicamente, a la hora de abordar los elementos concretos que se han tomado de otros cineastas habría que referirse en primer lugar a Woody Allen, ya que *El proyecto Manhattan* está concebido como un homenaje-parodia del cine de este director. A la hora, por tanto, de abordar este proyecto intentamos asumir el mundo artístico de Allen incidiendo en su análisis de la condición postmoderna del ser humano.

A pesar de que Allen tiene un estilo propio y reconocible a lo largo de toda su filmografía, paradójicamente también se ha caracterizado por la experimentación cinematográfica, lo que le ha llevado a plagiar y homenajear a otros cineastas.

A la hora, pues, de homenajear a Allen en *El proyecto Manhattan*, se le está también imitando en el uso de elementos de otros realizadores y al hacer una película que reflexione sobre el mismo hecho cinematográfico.

El 90% de *El proyecto Manhattan* se rodó en un plató de televisión en interiores, copiando el estilo de la película *Dogville* de Lars von Trier. *Dogville* es un cuento moral, un objetivo que también se persigue con *El proyecto Manhattan*, si bien con algo más de ligereza, ya que se trata de una comedia. El recurso del artificio del decorado parece querer dejar claro que se está ante un film de tesis, una película que puede y debe transmitir un determinado mensaje. Si en *Dogville* se critica la hipocresía y violencia del estilo de vida americano, en *El proyecto Manhattan* se arremete contra la arrogancia de la cultura occidental y contra el egocentrismo y narcisismo que se vive en las grandes ciudades.

Por supuesto, el artificio también se reconoce explícitamente al hablar de la película dentro de la película. Es decir, las imágenes de la trama documental correspondiente a la segunda unidad están constantemente recordándonos que todo es un simulacro, una ficción o un experimento realizado en un espacio cerrado: un proyecto de laboratorio. Louis Malle es el director de *Tío Vania en la calle 42*. Esta película, basada en una obra de teatro a partir del texto original de Chejov, es un experimento metateatral con una obra de teatro que se encuentra en el interior de una película filmada, algo que se tuvo en cuenta al abordar *El proyecto Manhattan*. Los autores de *El proyecto Manhattan* decidimos no sólo que no hubiera apenas decorado ni *atrezzo*, sino ni siquiera vestuario para los actores: éstos, al igual que en *Tío Vania en la calle 42*, se acercaban al plató con sus propias ropas. Por otro lado, el espectador de *El proyecto Manhattan*, al que se le exige participación y atención, tendrá dificultades para distinguir en qué historia nos encontramos: si ante las peripecias urbanas y sentimentales de Isaac o en las accidentadas aventuras de un actor protagonista en medio del rodaje de una película.

No hay que olvidar otros dos factores: el primero, Antón Chejov, cuyas tramas, emocionales, sentimentales y existencialistas, recuerdan el universo de Woody Allen. El segundo factor es Wallace Shawn, uno de los actores de *Tío Vania en la calle 42*. Shawn también ha intervenido en varias películas de Woody Allen como *La maldición del escorpión de Jade* (2001), *Días de radio* (1987), *Melinda y Melinda* (2004) y también en... *Manhattan*. Su personaje, el ex marido de Mary, llamado Jeremiah, se convierte en Fernando, ex marido de María en *El Proyecto Manhattan*.

En *Looking for Richard*, Al Pacino mezcla teatro y documental, realizando un acercamiento al mundo de Shakespeare. Mientras asistimos a la preparación de la obra *Ricardo III*, con la elección de los actores, las lecturas y los ensayos, Pacino pregunta a todos por el bardo inglés: a la gente de la calle, a actores y a expertos y se rodea de todos ellos para intentar componer un desordenado rompecabezas que, en el fondo, parece analizar el poder y la corrupción que casi siempre implica.

En *El proyecto Manhattan*, originariamente, se pensó en hacer algo muy similar. Mientras los autores pensábamos en cómo abordar la película, se tenía previsto entrevistar a expertos en la obra de Woody Allen e incluso preguntar al espectador medio su opinión sobre el realizador norteamericano. Sin embargo, tras el visionado de lo rodado por la segunda unidad, se pensó que el material obtenido era el suficiente y necesario para conseguir un film compacto y coherente.

La presencia de rasgos estilísticos de Buñuel se decidió desde un primer momento y es muy concreta. Para ello tenemos que recordar la que fue última película del director aragonés: *Ese oscuro objeto del deseo*, rodada en 1977.

Poco antes del inicio del rodaje, Buñuel decide repartir el papel protagonista entre dos actrices: la española Ángela Molina y la francesa Carole Bouquet. La razón sería explicar su dualismo.

En *El proyecto Manhattan* se decidió hacer lo mismo con el personaje de María. María o Mary en el fim original de Allen, es una mujer aparentemente segura de sí misma, algo pedante y con cierta artificiosidad. Pero cuando nos adentramos en su personalidad encontramos una mujer más real y de mayor profundidad psicológica, una dualidad que se mostró eligiendo no una sino dos intérpretes para el papel.

En su «ópera prima» *Al final de la escapada* (1959), el francés Jean Luc Godard deja clara su intención de retar a las leyes de la gramática cinematográfica convencional. Podría decirse que Godard inventa un nuevo lenguaje cinematográfico con objeto de expresar su visión del mundo, una visión postmoderna, hecha de fragmentos, absurda y quizás reflejo de la descomposición de la razón.

En un cierto nivel, *El proyecto Manhattan* es una película hecha de fragmentos y muy postmoderna, que incluye inusitados movimientos de cámara y que puede llegar a confundir al espectador a la hora de descubrir la trama o peripecia de los personajes. Se juega y se experimenta en muchos niveles quizás para explicitar, aunque de forma muy subliminal, el mundo absurdo de relaciones que se establecen en las

grandes ciudades occidentales, la mentira de la televisión, de la industria cultural y del mercado.

Robert Bresson, director francés, fue muy radical por muchas razones: para empezar no contrataba a actores profesionales, sino lo que él llamaba *modelos*, personas que se dedicaban a otras actividades, pero que él consideraba idóneas para interpretar a sus personajes porque entendía que no *actuaban*. Sus rodajes también estaban marcados por la austeridad y por cierto componente ascético.

En *El proyecto Manhattan* se buscó cierta radicalidad, con un rodaje de tan sólo dos semanas en un espacio cerrado y con un argumento que giraba y dependía no de un actor, sino de un modelo cuya personalidad marcaba por completo la película.

METODOLOGÍA PARA UNA INVESTIGACIÓN ARTÍSTICA: EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE *EL PROYECTO MANHATTAN*

¿Existe una metodología para poder realizar una investigación artística que no sea el poner manos a la obra a partir de los conocimientos instrumentales que permiten filmar una película? En realidad, nuestra posición no está exenta de tensiones: por un lado, somos profesores e investigadores universitarios que tratan de hacer un trabajo que pueda dar algunas respuestas o que al menos pueda dejar algunos interrogantes interesantes en el aire; por otra parte, somos creadores que no deseamos estar sometidos a ninguna injerencia externa al proceso creativo. En realidad, el método, si puede llamarse así, que ha seguido este trabajo ha sido puramente funcional y ha venido dado casi en su totalidad por los pasos habituales que se dan para la producción de una película, aunque con el añadido del estudio de los elementos estilísticos y formales que deseábamos poner a prueba. Esta metodología podría resumirse en los siguientes pasos:

1. Selección y adaptación de aquellas secuencias del guión de la película *Manhattan* que serían reinterpretadas.
2. Análisis estilístico de la película *Manhattan* de cara al guión técnico de las secuencias citadas.
3. Realización del guión técnico.
4. Preparación de la producción.
5. Preparación de la segunda unidad de rodaje: instrucciones a la directora para su coordinación con el equipo de la primera unidad.
6. Reunión con el resto del equipo para poner en común el trasfondo del proyecto, de cara a una mejor comprensión del trabajo. Hay que tener en cuenta que no es habitual que se rueden esta clase de películas, lo que hacía necesario poner sobre aviso a aquellos que iban a desempeñar funciones más técnicas para evitar malentendidos.

7. Reunión con los actores. También se le explicó a los artistas el sentido de la película para que supieran que se trataba de un experimento en el que nos interesaba no sólo la verdad de la actuación, sino también la verdad de la situación en la que nos encontrábamos todos los miembros del equipo de rodaje.
8. Rodaje.
9. Montaje y postproducción. En esta fase se introdujeron los elementos de estilo recogidos de los autores citados anteriormente.
10. Exhibición y recogida de opiniones.

En el caso de *El Proyecto Manhattan* partimos del guión original de la película *Manhattan*, del que se seleccionaron 18 secuencias que se convirtieron en un guión técnico que se complementó con un *story board* básico.

Se convocó a alumnos de la Facultad de Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos I y se creó un grupo de unas 30 personas que integró el equipo técnico. Dado que el film se iba a rodar casi íntegramente en interiores y que de forma teatral se iban a sugerir exteriores e interiores ficticios en un único escenario, era imprescindible contar con una fotografía valiente, arriesgada y de calidad. Para ello se consiguió la participación de una experta, Gema Pastor Andrés, artista fotográfica y profesora de la Universidad Rey Juan Carlos, que dirigió un equipo compuesto por estudiantes.

Otro aspecto importante a cuidar era el del *making of*, considerado como una segunda unidad con su propio director y un equipo total de siete personas que se encargaría de registrar todo lo que sucediera en el plató durante el rodaje.

La elección de los actores también era importante, especialmente la del protagonista. En *El proyecto Manhattan* se intentó encontrar a un actor protagonista que no imitara necesariamente al realizador norteamericano. Siguiendo en parte las teorías de Robert Bresson, se decidió buscar un *modelo*. La elección recayó en el actor José Carlos Carmona, quien, pese a ser el presidente del Sindicato de Actores de Andalucía, no se trata de un actor nato, sino de una figura polifacética de carácter intelectual y autoperódico. Carmona es director de orquesta y coro, escritor, doctor en Filosofía y profesor, una personalidad culta que, por otra parte, no le hace ascos a interpretar un monólogo cómico o a coreografiar un musical juvenil. Además, se concedió a Carmona cierta libertad en la composición de su personaje o, mejor dicho, autonomía para ser él mismo, libertad para no saberse los diálogos de memoria e independencia para que pudiera introducir expresiones y opiniones propias de sus vivencias y costumbres. Como se sabía que esta circunstancia podría implicar riesgos artísticos que pudieran comprometer el resultado final, se acordó rodear al protagonista de actores en su mayoría provenientes del medio teatral, que pudieran tanto disciplinar al protagonista como adaptarse a sus cambios y reacciones en los diálogos. Sin embargo, para su elección se tuvo también en cuenta la teoría de los modelos propugnada por Bresson.

Con estas condiciones dirigimos *El proyecto Manhattan*, cuya filmación se prolongó durante quince días de julio de 2005. No se trató, evidentemente, de un rodaje estrictamente profesional. Hubo espacio para la improvisación y la relajación. Sin embargo, el plan de rodaje se cumplió a rajatabla.

Antes de comenzar con el proceso de montaje habría que reseñar una nueva etapa crucial en la realización de nuestra película que respondería a la pregunta: ¿Cómo utilizar el material rodado por la segunda unidad para introducirlo en la trama del film? En el proceso de preproducción de la película se pensaba que las imágenes rodadas por esta cámara de *making of* podrían servir para crear un documental complementario de las secuencias de ficción. Sin embargo, a lo largo del proceso, esta cámara fue tomando un protagonismo esencial, hasta el punto de pasar a convertirse en segunda unidad antes del inicio del rodaje. De hecho, tras finalizarlo, sobre la mesa de montaje se contaba con más de doce horas de filmación aparte de las destinadas a captar las 18 secuencias del guión original. Pero mientras esto sucedía aconteció algo importante.

El actor protagonista, José Carlos Carmona, del que hemos dicho que es escritor (entre otras cosas), ideó un relato en el que contó sus impresiones a lo largo del rodaje que meses más tarde apareció publicado en su libro *El arte perdido de la conversación* (Carmona, 2006) con el título de *El experimento Manhattan*. Sin embargo, antes de la publicación, Carmona pasó una copia de su relato a los responsables de la dirección del film. Tras leerlo decidimos redactar un segundo guión basado en el relato de Carmona, con el uso de la voz en *off* subjetiva del propio personaje protagonista, pero al estilo de un documental.

Posteriormente, como ya dijimos, se pasó a la compleja cuestión del montaje. La parte de ficción pura, es decir, la del *remake* de Manhattan, no presentó dificultades. Otra cosa eran las imágenes pertenecientes a la segunda unidad que darían forma definitiva al falso documental. Se buscaron situaciones principalmente humorísticas y *gags* casi involuntarios que se sucedieron a lo largo del rodaje de la propia película, plagado de anécdotas relacionadas principalmente con el actor protagonista: tomas falsas, accidentes, súbitas pérdidas de memoria y hasta repentinos enamoramientos. Hay que indicar también que como tarea para esta segunda unidad se decidió entrevistar a los actores de la película. Sin embargo, a la hora del montaje final se descharon prácticamente todas las entrevistas y, por motivos narrativos, sólo se utilizó la realizada al actor protagonista, con objeto de que ilustrara los momentos clave del film y para que también sirviera de elemento estructural de la película.

El proceso de montaje también contribuyó muy especialmente a la creación de secuencias que, a partir de lo planificado inicialmente, no habrían funcionado de la misma forma. Baste como ejemplo el montaje de la secuencia en la que María comunica a Isaac que sigue enamorada de Jaime, la secuencia de la ruptura sentimental. Aquí se decide incluir a las dos actrices que interpretan el personaje de María y al

actor protagonista en el mismo plano, con lo cual estamos viendo a la vez dos secuencias en las que aparece el personaje de Isaac multiplicado por dos y acompañado por dos *Marías* muy diferentes.

La tecnología digital en la producción de películas de bajo presupuesto

Esta película es uno de los primeros largometrajes que se ruedan en una universidad pública. Hasta la fecha la realización de este tipo de proyectos quedaba lastrada por la necesidad de contar con enormes presupuestos, en el caso de querer conseguir una calidad de proyección aceptable, o por la poca calidad que se obtenía con equipos domésticos o semiprofesionales que solían ser los utilizados para la docencia.

La aparición de los sistemas de captación de imagen y sonido sobre soporte digital han resuelto de una vez estos dos problemas. Por un lado, el progresivo abaratamiento de los medios de producción (cámaras, micrófonos, etc.) ha permitido que dispongamos en el entorno universitario de cámaras que están al mismo nivel de las utilizadas para rodar algunas de las primeras películas digitales comerciales estrenadas hace algunos años. Por supuesto, este tipo de cámara no ofrece la calidad tradicional del celuloide, pero los sistemas de proyección de video y de kinescopado han ido haciendo cada vez más tenue esa barrera cualitativa. En todo caso, en la actualidad el público acepta de buen grado la calidad de proyección que ofrecen los soportes DV sin considerar que la imagen es *poco profesional*.

Preproducción

Existen diferentes programas para preparar un proyecto audiovisual de manera que resulte mucho más sencillo realizar tareas repetitivas y burocráticas que anteriormente consumían el tiempo de varios ayudantes de producción y realización. Estas herramientas cubren numerosas necesidades, desde el formateo de guiones audiovisuales hasta la organización de la producción. En nuestro caso no hemos utilizado este tipo de programas, dado el pequeño volumen de esta producción. Evidentemente, en el caso de que el plan de rodaje y las necesidades hubieran sido más complejos, el uso de este tipo de programas habría agilizado el proceso. De todos modos, nuestra experiencia nos dice que los procedimientos de preproducción no son los más críticos a la hora de utilizar tecnologías digitales y, por lo tanto, si quien se encarga de la producción tiene la experiencia suficiente, puede solventarla con el uso de herramientas simples.

Rodaje

Para el rodaje de la película se ha utilizado una cámara digital de formato DV. En concreto, una Panasonic AG-DVX100. Se trata de una cámara que tiene la posibilidad de ser utilizada con correcciones de color que se asemejan a las que se usan en las filmaciones cinematográficas, de modo que es factible obtener más tarde un

resultado parecido al de algunas películas sobre soporte celuloide. Se decidió utilizar la proporción 16 : 9 en el rodaje para que la composición fuera más cinematográfica.

En lo que se refiere al sonido, los sistemas DV de grabación de imagen vienen acompañados de la posibilidad de grabar dos pistas de sonido PCM a 48 kHz y 16 bits de resolución digital, el estándar del DAT. De este modo, si el sonido se graba simultáneamente sobre la cinta de cámara, obtenemos un sonido digital de calidad estándar perfectamente sincronizado con la imagen.

La versatilidad y la facilidad de uso de algunas cámaras de video DV han permitido que las imágenes de la segunda unidad, que ha estado grabando con una cámara doméstica de gama alta los entresijos de la producción, se hayan incorporado a la película en forma de imágenes semidocumentales sin más retoques que los necesarios para hacer un mínimo etalonaje. Es posible que la calidad objetiva de esta cámara no admita comparación con la otra, más profesional, que utilizamos en la primera unidad, pero en muchos casos la diferencia no es apreciable por un ojo poco entrenado.

Postproducción

El proceso de postproducción vino acompañado de diversos problemas técnicos. En principio, las imágenes iban siendo volcadas a un sistema informático AVID a medida que se rodaban. Este proceso no fue supervisado por el equipo de dirección de la película, ya que considerábamos que era mecánico y no requería conocimientos demasiado especializados. Tengamos en cuenta que hoy, con el uso de los puertos *firewire* la mal llamada digitalización es en realidad un simple proceso de volcado que deja intactos los datos que están en la cinta y que simplemente se transcriben al disco duro. Sin embargo, los sistemas utilizados en la universidad permitían la digitalización (esta vez sí) de imágenes analógicas de cámaras que no dispusieran de puertos digitales. Pues bien, este primer volcado del que hemos hablado antes no se hizo utilizando los puertos *firewire* de cámara y ordenador, sino las salidas y entradas analógicas correspondientes de los dos aparatos. Esto provocó importantes pérdidas de información en imagen y sonido que obligó a volver a volcar las imágenes y rehacer todo el trabajo, al descubrirse el error cuando se llevaba ya realizado el 90% del montaje. Fue en ese momento cuando se decidió utilizar un programa que fuera más rápido en la ejecución del trabajo y se pasó a usar la plataforma VEGAS de Sony. El resto del montaje con las imágenes ya digitalizadas se terminó con este programa con excelentes resultados.

Las imágenes montadas tuvieron que pasar por un pequeño proceso de etalonado que se realizó utilizando las herramientas que el propio VEGAS tiene incorporadas. El montaje pasó al equipo de fotografía, que efectuó los ajustes correspondientes para luego devolverlo al equipo de montaje y dirección para que efectuara el renderizado definitivo de la película completa.

En lo que se refiere al sonido, el montaje se realizó en la misma plataforma VEGAS, que incorpora funciones de edición que eliminan la necesidad de usar programas externos para efectuar mezclas y sincronizaciones.

Distribución y exhibición

Hemos indicado que el uso de las tecnologías digitales ha facilitado los procesos de preproducción, rodaje y postproducción. Pues bien, curiosamente, la distribución todavía no se ha digitalizado, lo que provoca problemas de diferente índole.

En primer lugar, una vez postproducida la película efectuamos lo que se denomina un renderizado, o sea, convertir los fragmentos montados en la línea de tiempos del programa informático en un solo archivo que puede luego ser utilizado para crear un DVD o ser volcado a una cinta digital para su reproducción. Esto nos permitía, en teoría, proyectar la película sin problemas, ya que teníamos un soporte fácil de transportar, reproducible y estándar. A pesar de ello, cuando se decidió estrenar la película, nos encontramos con que ninguna sala cinematográfica disponía de sistemas de proyección de imágenes electrónicas. Esto obligó a la sala donde se efectuó esta primera proyección a alquilar un equipo de proyección de video.

El lugar lógico para esta clase de películas que no tienen, *a priori*, una vocación comercial, es el de los festivales de cine. Sin embargo, hemos comprobado que la mayor parte de ellos no están preparados para recibir películas en formato digital. Esto obliga a llevar la obra a secciones paralelas, siempre que contemos con el favor de los festivales. Algunos festivales pequeños no efectúan estas discriminaciones, pero los grandes siguen despreciando aquellas formas de hacer cine que no sean las técnicamente tradicionales.

CONCLUSIONES

Como hemos visto, a lo largo del proceso de gestación de *El proyecto Manhattan*, lo que en principio surgió como la idea relativamente simple de realizar un *remake* de la película *Manhattan* de Woody Allen con el añadido de una parte documental, terminó convirtiéndose en un falso documental que fusiona el reportaje televisivo con la representación teatral desembocando en un peculiar ejercicio metacinematográfico. El trabajo de producción y rodaje de esta película nos ha demostrado que es posible realizar un trabajo de creación al margen del MRI que sea aceptado y entendido por el público. Por otra parte, este trabajo puede hacerse desde presupuestos económicos muy reducidos. En este sentido, parece más importante que una obra audiovisual esté bien construida antes de que su aspecto sea visualmente *profesional*. A partir de esta afirmación podemos reflexionar sobre hasta qué punto la definición de la *calidad* no nos viene impuesta muchas veces por quienes pretenden vendernos ciertas tecnologías sin que haya un interés real por las obras que se realizan con ellas.

En cualquier caso, con *El proyecto Manhattan* se pueden sentar algunas bases para la realización de películas de bajo presupuesto a cargo de universidades y otras entidades públicas dedicadas a la formación en comunicación audiovisual y cine, con la colaboración incluso de pequeñas productoras y con otros apoyos de carácter público en forma de subvenciones que no tienen por qué ser millonarias. Puede no ser tan complicado si se dejan de lado los criterios puramente comerciales y económicos. Se trataría de promover un cine que viera las películas como obras artísticas y no como productos. Sabemos que estas palabras suenan ingenuas en un país donde constantemente se lucha por la creación de una auténtica industria cinematográfica, pero teniendo en cuenta la introducción de las tecnologías digitales en el mundo de la cinematografía, es posible que convivan producciones enfocadas a la obtención de beneficios y a la creación de una industria con otras como *El proyecto Manhattan* que busquen caminos nuevos o alternativos dentro de la narrativa audiovisual.

El uso de las nuevas tecnologías ayudará, sin duda, a la proliferación de iniciativas como ésta, sobre todo en los aspectos de la producción y la distribución. En lo que se refiere al primer aspecto, ya es posible acceder a cámaras de alta definición por un precio muy barato. Para la distribución, Internet será el gran aliado de este nuevo tipo de cine. El caso de páginas web como *You Tube* o *Notodofilmfest* es sintomático, por más que hasta el momento sirvan principalmente para difundir fragmentos audiovisuales de pequeño tamaño, temáticamente simples y, en el caso del primero, de escasa calidad técnica y artística. Sin embargo, en poco tiempo el aumento del ancho de banda disponible, la mejora de los medios de almacenamiento y el perfeccionamiento de las redes P2P permitirá que los autores ofrezcan obras cinematográficas en la red desde sus propios servidores.

El único aspecto que la tecnología no puede suplir aún es el de la convocatoria y organización de las personas necesarias para efectuar un rodaje, pero ése es un tema mucho más complejo que escapa a los límites de este pequeño ensayo que lo único que trata es de poner sobre el papel la experiencia única que ha supuesto conseguir crear la película *El proyecto Manhattan*.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso García, L. (1996), *La oscura naturaleza del cinematógrafo. Raíces de la expresión audiovisual*, Valencia, Ediciones de la Mirada.
- Bresson, R. (2002), *Notas sobre el cinematógrafo*, Madrid, Ediciones Ardora/Filmoteca Española.
- Brode, D. (1993), *Las películas de Woody Allen*, Barcelona, Odín Ediciones.
- Burch, N. (1991), *El tragaluz del infinito*, Madrid, Cátedra Signo e Imagen.
- Carmona, J. C. (2006), *El arte perdido de la conversación*, Sevilla, Signatura Ediciones.
- Casetti, F. (1994), *Teorías del cine*, Madrid, Cátedra Signo e Imagen.
- Csikszentmihalyi, M. (2005), *Fluir. Una psicología de la felicidad*, Barcelona, Kairós.
- Domínguez, J. J., y Luque, R. (2006), *Filosofías eróticas. Un acercamiento a la filosofía de las emociones*, Madrid, Editorial Dykinson-URJ.
- Fernández Sánchez, M. C. (2000), «Luis Buñuel: trascendiendo el tópico», en *Ámbitos 5, Revista Andaluza de Comunicación*, Universidad de Sevilla, 2.º semestre de 2000.
- Goleman, D. (2001), *Inteligencia Emocional*, Barcelona, Kairós.
- Gómez Tarín, F. J. (2002), «Interpelación y lucha pacífica. Aplicación práctica del antihegemonismo en el terreno del audiovisual», en *Ética de la comunicación: problemas y recursos. Actas del III Foro Universitario de Investigación en Comunicación*, Madrid.
- Gubern, R. (1991), *Historia del cine*, Barcelona, Lumen.
- Losilla, C. (1997), «Adónde va el cine español: los jóvenes realizadores y la búsqueda de una nueva estética», en *Dirigido*, n.º 257, Barcelona, mayo 1997.
- Luque, R. (2005), *En busca de Woody Allen: Sexo, muerte y cultura en su cine*, Madrid, Editorial Ocho y Medio.
- (2004), *Todos somos Woody Allen: neurosis y exclusión social en su cine*, Sevilla, Editorial Signatura.
- O'Connor, J., y Seymour, John (1995), *Introducción a la PNL*, Barcelona, Urano.
- Romaguera i Ramió, J., y Alsina Thevenet, H. (1989), *Textos y manifiestos del cine*, Madrid, Cátedra Signo e Imagen.
- Savater, F. (1994), «El cielo protector», en *El País*, Madrid, 5 de enero de 1994.
- Stanislavski, K. (2003), *El trabajo del actor sobre sí mismo en el proceso creador de la vivencia*, Madrid, Alba Editores.
- Von Trier, L. (2004), *Dogville*, Barcelona, Manga Films (DVD).

Producción y televisión

El papel de la televisión en la industria cinematográfica: el caso Italia

DANIELA ARONICA

Universidad Autónoma de Barcelona

Las modificaciones radicales sufridas por la industria cinematográfica en las últimas tres décadas, como consecuencia de la difusión de nuevos canales para la circulación de las películas, apuntan directamente a la TV, en su doble papel de «exhibidor» (*broadcaster*) y (co)productor, como a uno de los principales factores desencadenantes de esa transformación. Lo cual es, sin duda, cierto. Pero no siempre con efectos nefastos para el séptimo arte, como se cree habitualmente. De hecho, la relación entre cine y TV ha sido en ocasiones (y puede volver a serlo) muy productiva, no sólo en el terreno económico sino también en el creativo. Para demostrarlo estudiaremos desde una perspectiva histórica un caso particular, el de Italia, que –por sus características– ejemplifica en sus distintas etapas las oscilaciones de esta relación en un grado jamás alcanzado en otros países, tanto en sentido positivo como negativo. Teniendo el caso italiano como paradigma, extraeremos finalmente unas conclusiones de alcance más general, con especial referencia a la TV digital.

Pero antes convendrá repasar brevemente el estado actual del sector audiovisual. Como punto de partida para nuestras reflexiones tomaremos unas declaraciones del canadiense David Cronenberg, ciertamente no sospechoso de ser un director integrado en la industria cinematográfica:

No ruedo en *widescreen* y una de las razones por las que no lo hago es porque ya sé de antemano que nunca funcionará bien en video ni en la televisión. Además, yo sé que mi

película, por mal que nos pese, se verá por televisión mucho más que en el cine¹. Y pienso que esto es así para casi todas las películas. Es estúpido negarlo, hay que aceptarlo: es la realidad actual. Más vale que tu película se pueda ver también en video. No puedes decir: «Mi película sólo la hago para el cine.» Razonar así significa cometer un craso error².

Cronenberg logra poner de manifiesto en pocas líneas el meollo de la cuestión: la *convergencia digital*³ es un hecho consumado con consecuencias directas no sólo sobre la manera de difundir sino incluso sobre la manera de pensar el cine. De ahí que el futuro del séptimo arte dependa en buena medida de su capacidad de dialogar con las nuevas tecnologías (TDT, TV por satélite, IT-TV y Mobile TV). En efecto, cuando hablamos de crisis del cine, específicamente del europeo, tenemos que ser muy conscientes de que nos estamos refiriendo «sólo» a esa parte de la cadena cinematográfica que hoy está realmente afectada: la que concierne a la exhibición en las salas (*theatrical*) y –como veremos después– a la producción.

LA TV COMO BROADCASTER

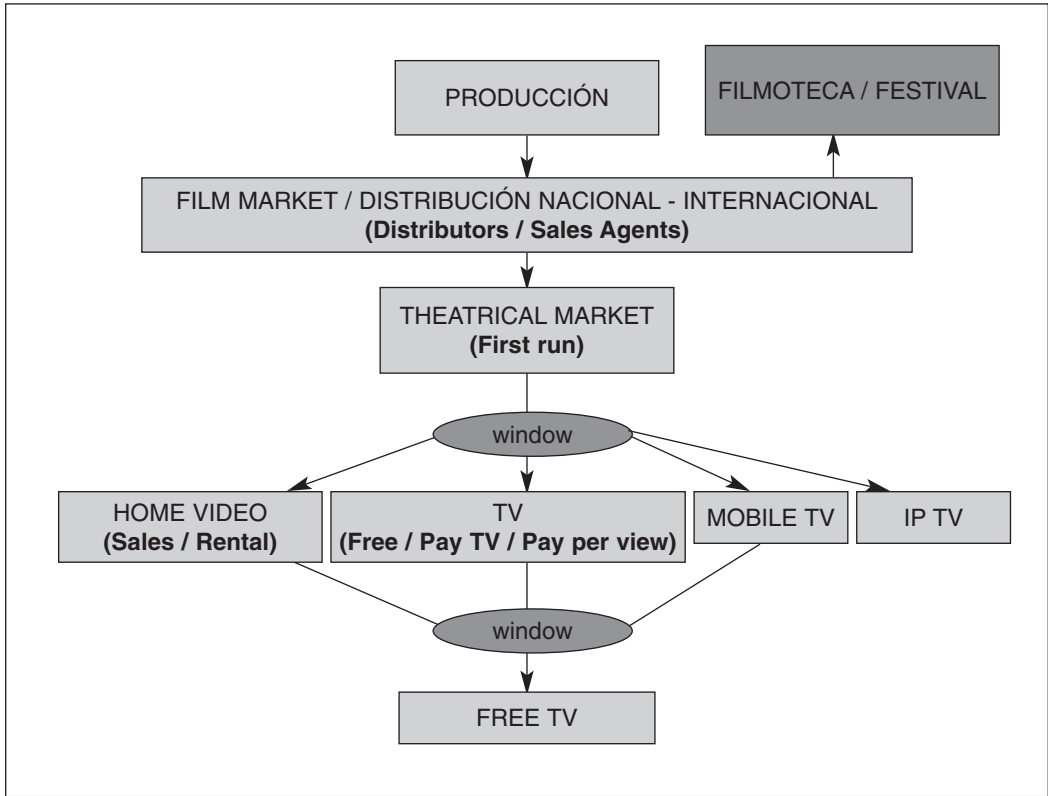
Es justamente en tanto *broadcaster* cuando la TV tiene todavía mucho que decir y que hacer por el cine, sobre todo de cara a las nuevas oportunidades que le brinda la digitalización. Si analizamos la cadena cinematográfica actual, observaremos que el mercado goza en realidad –en su conjunto– de una salud estupenda, con un potencial de espectadores jamás alcanzado en años anteriores en lo tocante a la exhibición, gracias a la multiplicación de los canales de explotación.

Productores y realizadores tendrían que organizarse para aprovechar mejor las potencialidades abiertas por las nuevas tecnologías. Sin embargo, el debate acaba estancán-

¹ José Ramón Rubio, director de Marketing de Televisión Española, declaró en un congreso celebrado en los Cines Kinépolis de Valencia en 2003: «El 15% del tiempo dedicado por los españoles a ver televisión correspondió a cine. La audiencia media se sitúa en el 2,9%, es decir, 1.153.000 espectadores. Esto significa que cualquier película consigue en televisión más audiencia que en las salas.» Pero quédense también con este otro dato proporcionado en el mismo marco por Yolanda Marugan, directora de Marketing de Tele 5: «En una distribución por nacionalidades de aquello que ve el espectador tenemos que el 86% son películas norteamericanas, un 8% españolas y un 6% de otras nacionalidades.»

² Evidentemente no se trata sólo de problemas de formato. Nos hallamos frente a un giro decisivo en términos estéticos y lingüísticos. George Lucas, Lars von Trier, Giuseppe Bertolucci con *L'amore probabilmente* o Spike Lee con *Bamboozled* –por citar a cuatro directores muy distintos– encabezan la lista de los experimentadores. Otro dato significativo es que muchos de los más importantes festivales de cine ya dediquen secciones al cine digital, como es el caso de la *Mostra del Cinema di Venezia*, e incluso incorporen en sus salas proyectores digitales (el *Sundance Film Festival* lo hace desde 2000).

³ La *convergencia digital* es el proceso en curso de integración de tecnologías y contenidos en plataformas y dispositivos que utilizan el lenguaje de los *bis*.



dose, una y otra vez, en la estéril contraposición entre liberalistas a ultranza, dispuestos a aceptar la total desregularización del mercado con tal de sacar beneficios a corto plazo, y románticos proteccionistas de la exhibición *theatrical*, que sería quizás oportuno empezar a considerar una modalidad de explotación vinculada al cine tal como fue concebido en el siglo XX⁴.

No hace mucho tiempo, otra directora de cine, la italiana Liliana Cavani, polemizó con quien defendía el «formato original» y, ante la exhibición de una copia en pésimo estado de su *Portiere di notte* (1974), recomendó con convicción para el futuro que sus filmes se proyectaran en DVD⁵. Se trata, como la de Cronenberg, de una apertura importante a un formato que desde hace años ha superado en beneficios el *box office*. Los datos de la tabla 1 se refieren a Italia pero, con variaciones irrelevantes para el discurso que nos incumbe, reflejan la situación de toda la UE.

⁴ Provocadoramente y para la reflexión: ¿Nos hallamos acaso ante el final de un ciclo como el que afectó en su momento a la ópera lírica italiana?

⁵ La polémica tuvo lugar el 14 de diciembre de 2006 en la Filmoteca de Catalunya.

Tabla 1.

Año	Box Office	Box Office-Top 10	Top 10 (%)	Home Video
2000	545.800.699	126.473.829	23,17	617.000.000
2001	600.748.930	153.130.002	25,49	615.100.000
2002	645.012.188	201.029.102	31,17	722.200.000
2003	614.825.306	163.324.575	26,56	829.600.000
2004	660.522.945	183.401.086	27,77	945.200.000

Fuente: Elaboración nuestra a partir de datos del *Osservatorio Italiano dell'Audiovisivo*.

La primera conclusión que sacamos a simple vista es que, en lo que concierne a recaudación, en cinco años hemos pasado de un empate técnico sustancial entre exhibición *theatrical* y *homevideo* (2000) a una diferencia del orden del 75% en favor de este último (2004)⁶. Valdría la pena detenernos sobre este dato, pero nos hemos dado otros objetivos. Además, dentro de poco ya habrá que contrastar estos números con los de la circulación del cine vía internet (IP-TV, P2P), vía satélite (TV *free* o de pago, *Mobile TV*) o cable. Sin contar con la multiplicación de canales que ya ofrece la TDT. Pero hay otro elemento sobre el que conviene fijar la atención, y es el de la elevada concentración del mercado cinematográfico en torno a los 10 títulos más taquilleros: tenemos porcentajes que rondan el 25-30% del total. Lo cual indica, indirectamente, que los exhibidores siguen apostando sobre productos «seguros». Es evidentemente «su» problema: seguir sin diferenciar la inversión (y, por ende, sin diversificar la oferta), según una lógica atrasada que no tiene en cuenta la competencia de otros canales de difusión y la consiguiente apertura de nuevos nichos de mercado, conlleva riesgos cuyos efectos negativos ya se están notando. Por ejemplo, en la drástica reducción del número de cines: en Italia se perdió casi un 50% en el periodo 1975-1995.

Los exhibidores, aunque con retraso, están hoy intentando recuperar el terreno perdido y buscan soluciones en la modernización de las salas (comodidad, calidad de imagen y sonido), un factor diferencial importante de cara a los espectadores, como lo demuestra el éxito de los multiplexes y megaplexes que está marcando una inversión de tendencia en la hemorragia anteriormente señalada. Comparando los datos de 1994, que representan el mínimo histórico en cuanto a números de cines con los de 2004 tanto en Italia como en España, vemos que, aunque éstos sigan disminuyendo ligeramente, aumentan las pantallas, y en España de manera sensible (tabla 2).

⁶ Tendencia confirmada en el bienio 2005-2006: 540 millones de euros (*box office*) vs. 950 millones de euros (*homevideo*). Fuente: Univideo.

Tabla 2.

	Cines/Pantallas (1994)	Cines/Pantallas (2004)
Italia	2052 / 2154	2005/ 3610
España	1194 / 1827	1141 / 4497

Fuente: Elaboración nuestra a partir de datos del *Osservatorio Italiano dell'Audiovisivo*.

La opción multiplex parece ser, por tanto, un buen camino para los exhibidores, pero para el cine europeo es insuficiente, porque en estos espacios se sigue apostando de forma casi exclusiva por el norteamericano.

Se trata de una prueba más de que la idea de que las películas tienen que pasar forzosamente por las salas aún no es percibida como obsoleta y peligrosa para el cine europeo, del que alimenta, en un círculo vicioso, la invisibilidad. En cambio, una de las claras ventajas de una circulación que no se agote en los circuitos tradicionales es, como veremos, el alargamiento del ciclo vital de una película y el aumento de la circulación para muchos productos que jamás llegarían a las salas⁷ o que han dejado de hacerlo hace ya muchos años⁸.

La digitalización, en definitiva, puede: favorecer la apertura de nuevos nichos de mercado, algo que ya se está experimentando productivamente⁹; ayudar en la recuperación de la memoria histórica (a través) del cine, y permitir que las películas lleguen a todos, dondequiera que estén.

El público, por su parte, muestra estar preparado para responder positivamente a una oferta cinematográfica diferenciada de la que pueda disfrutar cómodamente en su casa. Un dato para confirmarlo: sin contar la venta en quioscos y el *rental*, el facturado de venta de *fiction* italiana (cine y TV) en DVD ha crecido un 20% en 2006. Es un porcentaje importante, dentro del que, además, destacan los espectadores interesados específicamente en adquirir los clásicos del cine restaurados en digital. Se trata de un segmento de mercado en expansión que todavía no encuentra plena satisfacción a su demanda.

Pero las cosas no son tan simples: para que no se produzcan fenómenos nefastos como el de la *deregulation* que se vivió en Italia por falta de una normativa clara en materia de antenas, el sistema tiene que estar regulado en su conjunto. Detrás del pretendido libre mercado se esconden en realidad intereses fuertes que obstaculizan y retrasan la

⁷ En contadas excepciones sólo lo harían de forma muy limitada en el tiempo y en el espacio.

⁸ Salvo en las filmotecas, que –no podemos olvidarlo– sólo están en las grandes ciudades.

⁹ El director italiano Alex Infascelli optó por no exhibir su *H2Oodio* (2006) en las salas, convirtiéndolo así en el primer largometraje italiano distribuido directamente en DVD a través de los quioscos (como suplemento del diario *La Repubblica* y del semanal *L'Espresso*). Esta modalidad de distribución ya está funcionando en EE. UU.

promulgación de leyes que repartan los beneficios entre todos los eslabones de la cadena cinematográfica de manera controlada y, además, útilmente rígida para evitar que las excepciones se conviertan en la norma¹⁰. Es éste el mayor reto con el que se enfrenta el cine del Viejo Continente en lo tocante a la exhibición.

486 (CO)PRODUCCIONES TELEVISIVAS: EL CASO ITALIA

El otro sector de la industria cinematográfica europea gravemente dañado por falta de políticas adecuadas es el de la producción. Ninguna cinematografía que vea, año tras año, menguar o estancarse el número de películas producidas puede pretender competir en el mercado. Cuando Italia competía frente a frente con Hollywood, allá entre los cincuenta y los setenta, las salas eran 10.000 y se producían ¡300 películas al año! Desde los ochenta la media ha bajado a poco más de 100, coproducciones minoritarias incluidas, *trend* confirmado en los últimos años (tabla 3).

Tabla 3.

	2006	2005	2004	2003	2002	2001
Películas italianas (100%)	90	68	96	98	96	68
Coproducciones	26	30	38	19	34	35

Fuente: ANICA.

El hecho de que la crisis ataña a la producción y a la exhibición en las salas, es decir, a dos componentes fundamentales de la cadena cinematográfica «tradicional», desata una justificada alarma tanto entre los realizadores como entre los operadores económicos directamente afectados.

Pero su origen se remonta a la mala actuación (y, en algunos casos, a la mala conciencia) de esos mismos operadores en las últimas décadas. Allí hay que buscar las causas y quizá una parte de la solución.

Nosotros lo haremos centrándonos en uno de los sujetos que han protagonizado para bien y para mal este proceso: la TV. Más concretamente, estudiaremos el papel desempeñado por la RAI (la TV pública) y por Mediaset¹¹ (su mayor competidor privado) en la industria cinematográfica italiana.

Como es sabido, hasta mediados de los años cincuenta el ciclo vital de una película se agotaba en las salas, que se clasificaban en función del tiempo que había pasado

¹⁰ Como sucede, de forma habitual, con la duración de las *windows*, raramente respetada por los propios operadores.

¹¹ El conjunto de empresas del sector audiovisual de la holding Fininvest de Silvio Berlusconi.

desde su estreno¹². La explotación de una película duraba aproximadamente un año. Luego algunas podían pasar a las «salas de arte y ensayo», pero su explotación comercial podía considerarse sustancialmente acabada.

El 3 de enero de 1954 se produjo una novedad con consecuencias trascendentales para la industria cinematográfica, pues empezaron en Italia las primeras emisiones televisivas. No obstante, durante los veintidós años del monopolio de la televisión pública, la cadena cinematográfica no sufrió alteraciones apreciables por la aparición del nuevo medio. De hecho, sólo se retransmitieron un centenar de películas al año, aproximadamente dos películas semanales, repartidas entre la primera y la segunda cadena, que había empezado sus emisiones en 1961: los lunes, en *prime time*, en la primera cadena, y los martes, en franja horaria posterior, en la segunda. Las razones de esta colocación en las parrillas era, fundamentalmente, la de no perjudicar la exhibición cinematográfica en las salas. De ahí, por ejemplo, la total ausencia de películas en la programación televisiva de los fines de semana.

Además, los filmes que se retransmitían pertenecían mayoritariamente a la producción italiana de entreguerras, salvo contadas excepciones (por ejemplo, *Roma città aperta* de Rossellini, que se pasó en febrero de 1954, o el ciclo dedicado a Alberto Sordi en 1967, que se recuerdan como hitos extraordinarios de audiencia).

La programación, casi siempre de carácter cíclico, se inspiraba en los criterios en boga en los contemporáneos cineclubs: director, tema, movimiento, actor protagonista. Pero también estaba supeditada a la disponibilidad de las copias y al coste de los derechos de antena.

Paralelamente, ya desde 1954, la RAI emprendió una intensa actividad de producción de los que hoy llamaríamos TV *movies*, a menudo adaptaciones de obras literarias o teatrales realizadas por directores de gran envergadura y protagonizadas por intérpretes extraordinarios, muchos de ellos auténticos mitos del cine y del teatro de entonces. La primera novedad importante en lo tocante a la relación entre cine y TV llegó en 1965, cuando la RAI firmó con la Asociación nacional de productores cinematográficos (ANICA) un acuerdo que preveía la realización de unas sesenta horas de *fiction* en película.

Tras la producción de unas series de bajo presupuesto calcadas de los modelos más taquilleros del cine comercial de la época (policíacos y comedias), la RAI emprendió proyectos más ambiciosos, a menudo en coproducción (como la *Odissea*, con la participación de ORTF y Bavaria Film en 1968 o, siempre en el mismo año, *Cristoforo Colombo* de Cottafavi con Paco Rabal y la participación de TVE).

Pero fue sobre todo a partir de 1969, con los programas experimentales (*Programmi Sperimentali*), cuando la televisión pública manifestó todo su potencial productivo

¹² Lo que en inglés se define: *first, second, third run*.

hacia un cine de calidad, al financiar una serie de obras «difíciles», de bajo presupuesto, pensadas específicamente para la TV. La franja horaria de su retransmisión era favorable: *prime time* en la segunda cadena (Petrocchi, 1996: 15-20).

Entre otros, hicieron su debut gracias a esta iniciativa: Peter Del Monte con *Le parole a venire*, Luigi Faccini con *Niente meno di più*, Giuseppe Bertolucci con *Andare e venire*, Gianni Amico con *Il vostro amore grande come il mare* y Gianni Amelio con *La fine del gioco*, confirmando así la RAI su vocación de *talent scout* ya manifestada en 1966 cuando había producido la opera prima de Liliana Cavani *Francesco d'Assisi*¹³. También se producían películas de autores ya en actividad: Bernardo Bertolucci (*La strategia del ragno*, 1970), Ermanno Olmi (*I recuperanti*, 1970), Federico Fellini (*Il circo*, 1970), Nelo Risi (*Diario di una schizofrenica*, 1970)¹⁴, Vittorio De Seta (*Diario di un maestro*, 1972), Marco Ferreri (*Perché pagare per essere felici?*, 1972), los hermanos Taviani (*San Michele aveva un gallo*, 1976). Una política cultural sin duda meritoria.

Pero, en ese mismo periodo, la TV empezaba a restar espectadores a las salas¹⁵, aunque lo peor aún estaba por llegar. El bienio 1974-1975 es crucial para la historia de la RAI:

- El 10 de julio de 1974 las sentencias n. 225 y 226 de la Corte Constitucional legitiman de hecho la televisión vía cable (la primera se remontaba a 1971) y la apertura a la señal de las televisiones extranjeras en lengua italiana (Telemontecarlo, la TV Suiza y la entonces yugoslava Tele Capodistria). Mientras tanto nacían también las primeras cadenas privadas que retransmitían por antena: Canale 21 (Napoli), Telealtomilanese (Busto Arsizio), GBR (Roma).
- El 14 de abril de 1975 la ley 103/75, conocida como «Ley de reforma», marca un cambio radical porque la TV pública pasa del control del Gobierno al del Parlamento y empieza así la llamada *lottizzazione*, esto es, una división política del control de las cadenas públicas: la primera pasa bajo el control de la Democrazia Cristiana (DC), la segunda del Partito Socialista Italiano y la tercera (nacida en 1979) del Partito Comunista Italiano.
- Una nueva sentencia del Tribunal Constitucional, del 15 de julio de 1976 (n. 202), declara la ilegitimidad del monopolio radiotelevisivo también en lo tocante a la televisión vía antena de ámbito local. Se produce así un vacío legislativo que da paso a la llamada *deregulation*: una multiplicación incontrolada de emisoras privadas (algunos centenares en menos de un lustro) que no obedecen a ninguna restricción legislativa.

¹³ De la Cavani, siempre en el marco de los *Programmi sperimentali* la RAI produjo asimismo *L'ospite*, 1971.

¹⁴ Con Margarita Lozano.

¹⁵ El número de entradas vendidas pasó de 728 millones en 1962 a 525 millones en 1970.

Las consecuencias para el cine son dramáticas e inmediatas. Las cadenas privadas se saltan a la torera toda limitación normativa, que se interpreta como aplicable sólo al servicio público. Pero el verdadero problema estriba en la masiva invasión de películas, la mayoría procedentes del mercado norteamericano, vendidas a bajo coste a las nuevas emisoras por coleccionistas y productores, con claro perjuicio para la distribución y la exhibición, pero también para el servicio público televisivo. Unos 10.000 son los filmes que se retransmiten en las cadenas privadas en apenas cinco años. Muchas veces se repone el mismo título en distintas franjas horarias. Las copias suelen ser malas, a veces pésimas (como, a menudo, la señal de la emisora). A la hora de pasar las películas a soporte magnético, los programadores no dudan en cortarlas o en retocar el color para «prevenir» el inevitable desgaste posterior. Pero tanto da: la audiencia responde positivamente.

Recordemos que, en 1972, Italia es todavía el primer mercado cinematográfico de Europa. No obstante, el número de espectadores en las salas no deja de disminuir (tabla 4).

Tabla 4.

Año	1956*	1964	1976	1986	1996**	2006
Presencias	790.153	682.895	454.501	113.523	96.512	104.689

Fuente: Spinazzola, Micciché et alii.

* En 1955, máximo histórico, 819.424 millones.

** En 1992, mínimo histórico, 83.562 millones.

El *trend* negativo se aprecia de forma mucho más palpable si observamos la relación de proporción inversa entre el número de abonados a la TV pública¹⁶ y el de las entradas de cine vendidas. El punto de inflexión, en lo que concierne al cine, se sitúa claramente a mediados de los setenta, justo cuando se liberaliza el mercado de las antenas y proliferan de forma incontrolada las emisoras privadas.

Son éstos también los años en los que Silvio Berlusconi se lanza hacia el control de buena parte del sector televisivo, que acabará compartiendo en régimen de duopolio con la RAI¹⁷. *Telemilano*, el primer núcleo de su imperio mediático, se constituyó en 1974. En 1980 el magnate lombardo se hizo con cinco cadenas privadas creando *Canale 5*¹⁸. Dos años más tarde, sin que ninguna ley impidiera tal concentración mediática en manos de una sola entidad, adquirió *Italia 1* hasta culminar su escalada

¹⁶ En Italia se paga un canon televisivo anual por hogar.

¹⁷ *La 7*, séptima emisora nacional, nacerá mucho más tarde (en junio de 2001) y perderá en seguida su vocación generalista en favor de la de canal *all news* («todo noticias»).

¹⁸ A finales de los setenta las emisoras privadas ya rondaban el centenar.

con la adquisición de *Rete 4* en 1984. Lino Micciché definió acertadamente *cinecidio* la «opción mediáticamente ciega y políticamente irresponsable», con la que —a lo largo de los ochenta— se perdieron «los 5/6 de las entradas de cine en general y los 15/16 de las entradas destinadas a películas nacionales»¹⁹.

Pero la desregularización del sistema televisivo, al menos en una primera fase, causó otra víctima: la RAI. ¿Cómo cambió el papel de la TV pública en el nuevo contexto, en lo tocante al cine?

490

La «Ley de reforma» de 1975 determinó, ante todo, cambios internos del servicio público en dirección empresarial, empezando por la competencia entre las dos cadenas públicas (tres, a partir de 1979) y la decisión de convertir a la RAI en productor de películas de doble circulación: TV y salas. El resultado pareció premiar la nueva estrategia: *Padre padrone* de los hermanos Taviani (coproducida por RAI 2) ganó la Palma de Oro en el Festival de Cannes en 1977, y *L'albero degli zoccoli* de Ermanno Olmi (coproducida por RAI 1) recibió el mismo galardón un año después. A cambio de su inversión financiera, además de la cuota de recaudación en taquilla, la RAI se garantizaba los derechos de antena en exclusiva durante dieciocho meses después del estreno de la película en las salas²⁰.

La TV pública producía, en definitiva, tres-cuatro películas por temporada, más otras dos-tres de mayor presupuesto, firmadas por directores de reconocido prestigio. Estas últimas se rodaban en dos versiones: una más corta para las salas, otra en dos-tres episodios para la TV. Se realizaron de esta manera: *Cristo si è fermato a Eboli* de Francesco Rosi, *Fontamara* de Carlo Lizzani y *La storia* de Luigi Comencini. Mientras tanto se ampliaba el listado de las coproducciones «exclusivamente» cinematográficas: Fellini (*E la nave va...*), Antonioni (*Identificazione di una donna*), Scola (*La famiglia*), Olmi (*La leggenda del santo bevitore*). Esto sin contar los debuts de Marco Tullio Giordana (*Maledetti vi amerò*, 1980), Gabriele Salvatores (*Sogno di una notte d'estate*, 1983), Daniele Luchetti (*Domani accadrà*, 1988), Francesca Archibugi (*Mignon è partita*, 1988), Mario Martone (*Morte di un matematico napoletano*, 1992). La RAI se convirtió así en el gran mecenas del cine italiano, una política que intentó reforzar mediante acuerdos con la compañía privada Cecchi Gori, con la que realizó películas más taquilleras pero siempre de calidad, como las de los cómicos Massimo Troisi, Carlo Verdone o Francesco Nuti.

La nueva línea editorial era un intento de contrarrestar la competencia del grupo Fininvest de Berlusconi, que había optado por un cine decididamente comercial, de acuerdo con unos criterios estrictos de rentabilidad económica de sus productos, si exceptuamos algunos filmes de autor a exhibir en los mercados internacionales, como

¹⁹ Micciché, L. (a cura di), *Schermi opachi*, Marsilio, Venezia 1998, pp. 6-7.

²⁰ Se trata de una *window* considerable, si la comparamos con las de la actualidad.

Fiorile (1993) de los hermanos Taviani, *Gli occhiali d'oro* (1987) de Giuliano Montaldo o *Un'anima divisa in due* (1993) de Silvio Soldini.

En 1990, la práctica de coproducir cine para las salas fue legitimada en beneficio de todos los operadores, tanto públicos como privados, con una ley que –de hecho– recogía lo que todos ya estaban realizando. La *window* para la retransmisión televisiva de una película era reducida mientras tanto a un año desde su estreno.

En la lucha por el control del mercado televisivo resultó decisiva la introducción masiva de anuncios publicitarios por parte de las cadenas privadas, particularmente las del grupo Mediaset. El objetivo de la TV comercial era evidentemente conseguir la máxima inversión publicitaria a través de la *fidelización* de los espectadores.

La competencia salvaje determinó la crisis de la TV pública, gravada por el peso de los costes fijos de su estructura e incapaz de asumir el incremento de los nuevos costes de producción en un mercado liberalizado. Forzada por la competencia, la RAI respondió con la misma moneda aceptando el aumento de la saturación publicitaria de sus parrillas y la sumisión a la *dura lex* del *prime time*.

Dentro de los pocos beneficios esperables de la TV comercial para los espectadores cabía la posibilidad de una oferta más diferenciada y pluralista por la presencia de varios operadores. Pero la expectativa se reveló pronto falaz: el mercado se reestructuró en un duopolio (en otros países se formaron oligopolios) que construyó parrillas repetitivas y conservadoras para evitar riesgos de cara al público y a los anunciantes. Todo siguió sin sustanciales cambios hasta la aparición de la TV digital, con la que se cumplió una segunda importante mutación: tras la del *espectador* en *consumidor*, éste ahora se convertía en *cliente*. El giro fue radical (pero, como veremos, con escasas repercusiones en la oferta cultural). Se introdujeron las distintas modalidades de TV de pago (abono, PPV, VoD). Lo cual obligó al mercado a una reorientación hacia la demanda con importantes consecuencias en la producción, la programación y el propio consumo. En primer lugar, la repentina necesidad de ingentes cantidades de programas para cubrir la creciente capacidad de emisión televisiva impuso a las cadenas, cada vez más, el recurso a la producción ajena (o sea, a la compra de derechos de antena sin participación directa alguna en la producción, mucho más «lenta» y costosa).

En cuanto a la programación, en la TV de pago, dominaron –y siguen dominando– los programas de *stock*, que tienen una larga vida comercial gracias a la posibilidad de múltiples pases, respecto a los de flujo, efímeros aunque más baratos.

Finalmente, frente a las nuevas formas de consumo, ya no fueron la maximización y fidelización de la audiencia a corto plazo lo que les interesaba a los gestores, sino la búsqueda del máximo y más duradero atractivo para: 1) motivar al espectador-cliente a la compra previa de paquetes y programas; 2) garantizar el crecimiento y mantenimiento de los abonados; 3) aumentar la rentabilidad por cliente (PPV, VoD). Estas nuevas fuentes de financiación repercutieron de forma inmediata en el sector publicitario que –no lo olvidemos– es la mayor fuente de ingresos para las TV.

Aparte algunas soluciones extremas de escasa difusión, como la existencia en Estados Unidos de canales temáticos exclusivamente publicitarios, los anunciantes se vieron obligados a desarrollar tipologías alternativas al *spot*— incompatible con una TV de pago— como, por ejemplo: *sponsoring*, *product placement* o *merchandising*. Lo cual podría beneficiar, indirectamente, al cine si desde la producción se llevaban a cabo estrategias *ad hoc*. Pero este recurso potencial sigue sin ser adecuadamente explotado.

Todo el proceso del que venimos hablando se sintetiza en el paso de una programación generalista para grandes audiencias heterogéneas a una programación especializada de cadenas para públicos segmentados.

Esta transformación está también influida por la difusión de formas individuales de consumo, relacionadas con los cambios de la estructura familiar tradicional, la multiplicación de los receptores domésticos y las emisoras, el uso masivo de VCR, que favorecen la circulación de un cine «a medida» y «a domicilio» con todas sus implicaciones²¹. Este último factor ha sido aún más nefasto para la exhibición del cine en las salas que la multiplicación de las emisoras²².

En definitiva, la digitalización de los soportes, con su consecuente abaratamiento, ha determinado el aumento exponencial de la oferta programática para *target* específicos a escala global. Pero, a la hora de montar las parrillas digitales, apenas se han introducido diferencias en el panorama de la oferta televisiva mundial. Ni siquiera la competencia interna de cada país ha podido modificar este cuadro homologado: ante el riesgo de fracasar, los operadores han preferido hasta hoy refugiarse en lo conocido. Basta con observar la lista de los géneros para ver que no hay prácticamente cambios en su tipología. Hasta los *radio channels* no se distinguen mucho de cadenas como *Video Music*, que en Italia empezó su programación en los ochenta.

La única novedad que se detecta es una enorme extensión cuantitativa de la oferta de cada género por efecto de la multiplicación de los canales temáticos.

No sorprende entonces que el centro de gravedad del panorama televisivo digital sigan siendo cine y fútbol, el deporte de masa europeo por antonomasia (distanciada, la F1). De allí que la oferta digital se construya alrededor de estas dos *killer applications*, como podemos apreciar analizando cualquier parrilla digital-tipo.

La estructura que hasta el momento ha tenido más éxito en el mercado parece la que combina abono y PPV. La fórmula clásica de abono suele reunir en un *paquete básico* canales generalistas (nacionales y regionales) y temáticos. A éstos se pueden sumar los

²¹ Un famoso anuncio de Canal Plus reflejaba este cambio de actitud con respecto al consumo de cine, que podríamos definir *generacional*: «El cine está bien, pero hay que ir», decía un adolescente a sus amigos, como él hundidos en un sofá y listos para ver cine en su casa a través del canal de pago.

²² Ya hemos visto cómo el mercado del video doméstico, gracias a la difusión de los nuevos dispositivos para la reproducción y la grabación de las películas (primero en soporte VHS y luego, cada vez más, en DVD), ha superado ya la recaudación en taquilla.

canales premium y la *TV a la carta* (PPV). Es en este último nivel donde se sitúa la oferta más atractiva de la programación: cine de estreno y acontecimientos deportivos punteros. Dentro del paquete básico, los canales temáticos «fijos» (por género, tema y/o *target*) son:

- Cine y ficción.
- Informativos.
- Deporte.
- Música.
- Documentales.
- Programas infantiles y juveniles.
- Canales generalistas (nacionales y regionales).

Se trata de una propuesta amplia y diferenciada sólo en apariencia porque, de hecho, pocos contenidos verdaderamente atractivos arrastran un producto de segunda calidad o escaso interés para el gran público.

Los *canales premium* son más selectos y ya decididamente orientados hacia las *killer applications* (sobre todo cine) y algunas ofertas temáticas sueltas para *targets* específicos (el canal Disney para niños, los canales para forofos, etc.).

Finalmente, como adelantábamos, se ha impuesto la fórmula del pago por visión dedicada casi exclusivamente a cine y deportes de masa. En este caso se ha introducido la posibilidad de abonarse a los acontecimientos de toda la temporada.

Pero hasta el momento la revolución digital es más aparente que real, pues los efectos más destacados de este cambio de paradigma se reducen fundamentalmente a la agudización de la pugna por el control de los derechos televisivos; sobra decir que el epicentro de la disputa son las dos mencionadas *killer applications*.

Otro problema planteado por el crecimiento exponencial de la oferta digital, siempre relativo al control de los derechos, es la dificultad de construir estrategias eficaces en la programación frente a una competencia ya no sólo nacional sino internacional: es evidente que, cada vez más, los programadores necesitan un *software* sofisticado para manejar las múltiples variables de esta oferta global y que, a su vez, los espectadores necesitan una hoja de ruta para orientarse en el mapa de la oferta digital.

No menos urgente es la necesidad de «rellenar» de contenidos tan magnas parrillas: el voraz saqueo de los archivos, además de representar un problema en sí, plantea nuevamente de forma directa la delicada cuestión de los derechos de autor.

También cabe hacer referencia a las ventanas de explotación viejas (*homevideo*, *payTV*) y nuevas (internet, *Mobile TV*) para las películas: pues, por una parte, para muchos operadores, no tiene sentido canibalizar una cuota de mercado ya adquirida (por ejemplo, la Cuatro frente a Canal Plus) y, por otra, hay que valorar atentamente el peso que van adquiriendo en el mercado otras tecnologías. Dicho de otra forma, la

explotación multicanal simultánea agudiza los problemas de la competencia mucho más que una explotación por ventanas sucesivas.

Otro factor a barajar, siempre vinculado al problema de la competencia en el mercado, es el de las estrategias de convergencia de operadores de distintos sectores, que conllevan un retroceso a los oligopolios, con las agravantes actuales de la *transversalidad* sectorial y, en muchos casos, de la *transnacionalidad*.

En conclusión, y para ceñirnos a las tendencias en acto en el mercado televisivo en lo tocante al cine, podemos afirmar que:

- La multiplicación de los canales no ha implicado de momento un cambio estructural en la oferta: nos enfrentamos más bien con un espejismo virtual por el que aumenta geoméricamente la cantidad sin que haya una programación realmente distinta a la convencional. Quedan, pues, infradesarrolladas las posibilidades de construir una oferta clara, articulada y bien promocionada de cine europeo, reduciéndose la oferta digital a la de una confusa *metaparrilla*.
- La fuerte demanda hacia las dos *killer applications* (ficción y deportes de masa) condiciona la oferta y las estrategias de los operadores, sobre todo por la cuestión del control de los derechos, pero esto beneficia en mínima parte al cine europeo, distanciado frente a la demanda de cine norteamericano hacia la que se orienta el gran público.

Ésta es *grosso modo* la situación que se ha venido determinando «dentro» de la oferta digital. Como se ve, con amplios márgenes no aprovechados por el cine europeo por falta de políticas efectivas y de una programación cultural pensada a medio y largo plazo. Es en este terreno donde nos parece que la TV puede todavía echarle una mano al cine. Sin olvidar el mayor de los desafíos actuales: la multiplicación de las ventanas de explotación para las películas.

Que todo esto redunde siempre en beneficio del cine norteamericano depende, en buena medida, de nosotros, los europeos.

BIBLIOGRAFÍA

- Spinazzola, V. (1974), *Cinema e pubblico. Lo spettacolo filmico in Italia 1945-1965*, Milano, Bompiani.
- Petrocchi, F. (1996), *Il cinema della televisione italiana. La produzione cinematografica di Rai e Fininvest (1976/1994)*, Torino, Rai Eri.
- Micciché, L. (ed.) (1998), *Schermi opachi. Il cinema italiano degli anni '80*, Venezia, Marsilio.
- Usai, A. y Breschi, A. (eds.) (2005), *Il mercato cinematografico italiano 2000-2004. Dati e tendenze dell'Industria cinematografica italiana dell'ultimo quinquennio*, Roma, Osservatorio Italiano dell'Audiovisivo-Cinecittà Holding-Ministero per i Beni e la Attività Culturali.

De *Compañeros* a *No te fallaré*: Manuel Ríos San Martín y la experiencia en la producción cinematográfica de Globomedia¹

CONCEPCIÓN CASCAJOSA VIRINO

BEGOÑA HERRERO BERNAL

*Grupo de investigación «Televisión: memoria, representación e industria»
Universidad Carlos III de Madrid*

NO TE FALLARÉ Y LOS INTERCAMBIOS ENTRE CINE Y TELEVISIÓN EN ESPAÑA

No se puede negar que el cine y la televisión estaban condenados a entenderse. Asu-
midos como ámbitos antagónicos durante mucho tiempo (aunque más en la superfi-
cie que en el fondo), su realidad actual es que a menudo son indistinguibles, engr-
najes ambos de un sistema audiovisual cada vez más fragmentado y diversificado que
está en manos de unos cuantos grupos empresariales globalizados. La experiencia
muestra que cine y televisión son medios que se complementan, no se excluyen
mutuamente. A un mero nivel económico, la televisión se ha nutrido de películas
para rellenar sus parrillas, pero también con ello ha dado a los estudios y productoras
una elevada fuente de financiación. Históricamente la televisión también ha servido
como escuela de aprendizaje para actores, productores, guionistas y directores que
después saltaron a un medio más legitimado como el cine, pero además ha sido des-
tino final de profesionales que han dejado atrás sus horas más gloriosas. En España la
experiencia es en este aspecto similar a la de otros países como Estados Unidos y Gran

¹ Este trabajo ha sido realizado gracias a la financiación del Proyecto de Investigación I+D «Cultura, sociedad y televisión en España (1956-2006)».

Bretaña. Manuel Palacio (2006) ha afirmado que la importancia de los trabajos para televisión de profesionales cinematográficos permitiría realizar una historia paralela del cine español, destacando especialmente a la llamada generación de la televisión surgida de los primeros alumnos de la Escuela Oficial de Cine:

El término es de origen estadounidense y no tiene completa aplicabilidad a la situación de España. A pesar de ello debe indicarse que Pilar Miró, Josefina Molina, Claudio Guerín Hill o Narciso Ibáñez Serrador, entre una larga lista de directores cinematográficos, inician su carrera audiovisual en televisión y luego saltan, en general con éxito de público y crítica, a la pantalla grande.

Nuestro interés es ahondar en esta cuestión desde una perspectiva particular que hasta el momento no ha sido objeto de demasiada atención crítica: las películas basadas en programas de televisión. Se trata de una variedad característica de los intercambios de materiales narrativos entre ambos medios que, a modo de reciclaje y reaprovechamiento, han contribuido a crear una cierta sinergia industrial más patente durante la última década que en periodos anteriores. En una primera etapa, que coincide con el monopolio de TVE, se producen tres casos pioneros: *Escala en Hi-Fi* (1963, Isidoro Martínez Ferry), inspirada libremente en *Escala en Hi-Fi* (TVE1: 1961-1967), *La casa de los Martínez* (1971, Agustín Navarro), basada en *La casa de los Martínez* (TVE1: 1967-1971), y *Avisa a Curro Jiménez* (1978, Rafael Romero-Marchent), que toma como referente a *Curro Jiménez* (TVE1: 1977-1981). Aunque durante un periodo de dos décadas no se produjo en España ninguna película basada en una serie de televisión, eso no significa que los intercambios entre ambos medios desaparecieran del todo. Una de las modalidades más significativas fue la de estrenar en salas de cine proyectos originalmente concebidos para televisión. Como ejemplo podemos citar el caso de *Fuenteovejuna* (TVE1: 1975), una adaptación de Juan Guerrero Zamora de la obra de Lope de Vega que se convirtió en la producción más cara de TVE hasta ese momento. Tras conflictos sobre el presupuesto y el final de la obra, la acción de la censura fue determinante para que *Fuenteovejuna*, filmada en 1970, se estrenara en cine en 1972 y no fuera emitida en televisión hasta abril de 1975 (Ibáñez, 2006: 49). Un caso algo diferente fue *Amantes* (1991, Vicente Aranda), en principio concebida como un capítulo de la serie *La huella del crimen* (TVE1: 1985-1991). Finalmente, el director Vicente Aranda y el productor Pedro Costa decidieron aumentar la duración y presupuesto del capítulo de esta crónica de algunos de los casos más sonados de la historia criminal de España.

Además de *Eso* (1998, Fernando Colomo), un telefilme producido para Antena 3 exhibido en cines, también podemos destacar las experiencias de *El abuelo* (1998, José Luis Garcí) y *Los Borgia* (2006, Antonio Hernández), en origen miniseries de elevado presupuesto, respectivamente para TVE y Antena 3, que se estrenaron en montaje aligerado en salas como forma alternativa de explotación superando el millón de espec-

tadores. Ambas tienen como precedente el caso pionero de *La plaça del diamant* (1982, Francesc Betriú), una ambiciosa adaptación de la novela de Mercè Rodoreda. En una segunda etapa ya nos encontramos en un mercado televisivo más abierto en el que desde 1989 forman parte las cadenas privadas. Desterrado el monopolio público, será el momento de las productoras independientes. Las adaptaciones cinematográficas de programas de televisión toman como referentes un relato de ficción, *No te fallaré* (2001, Manuel Ríos San Martín), basada en la serie *Compañeros* (Antena 3: 1998-2002); un programa de variedades, *¡Ja me maaten...!* (2000, Juan A. Muñoz), cuyo protagonista es un personaje recurrente de *Éste no es el programa de los viernes* (TVE1: 1998), y dos formatos de telerrealidad, *El gran marciano* (2001, Antonio Hernández), procedente de *Gran Hermano* (Telecinco: 2000-), y *OT: la película* (2002, Jaume Balagueró y Francisco Plaza), que toma como base *Operación Triunfo* (TVE1: 2001-2004, Telecinco: 2005-). El estudio de estos relatos nos permite ofrecer una triple perspectiva que incluye los mecanismos de creación en el contexto de la configuración industrial, los procesos de adaptación narrativa y, por último, las modalidades de explotación y recepción por parte del público.

En este trabajo hemos seleccionado como caso de estudio la película *No te fallaré*, y más concretamente el proceso de adaptación desde la perspectiva de Manuel Ríos San Martín, productor ejecutivo de la serie en ese momento que asumió la principal dirección creativa de la película. El caso de *No te fallaré* nos permitirá analizar la particular situación de la producción audiovisual en España a comienzos del nuevo milenio y las complejidades que supone intentar armonizar la visión creativa con las limitaciones industriales y las necesidades de producción.

EL SISTEMA DE TRABAJO DE GLOBOMEDIA Y COMPAÑEROS

La productora de televisión Globomedia fue constituida en 1993 por el artista Emilio Aragón y el director Daniel Écija, a los que rápidamente se unieron otros profesionales como José Miguel Contreras, Manuel Valdivia, José María Irisarri y Andrés Varela. Globomedia logró colocarse como una empresa puntera en el mercado audiovisual español merced a éxitos como *Médico de familia* (Telecinco: 1995-1999), *Menudo es mi padre* (Antena 3: 1996-1998), *Periodistas* (Telecinco: 1998-2002) y *Siete vidas* (Telecinco: 1999-2006) en el campo de la ficción, y *El gran juego de la oca* (Antena 3: 1993-1995), *Caiga quien caiga* (Telecinco: 1996-2002) y *El informal* (Telecinco: 1998-2002) en el área de la no ficción. *Compañeros*, que comenzó su emisión en 1998, se situó como el programa de ficción más marcadamente juvenil de todos los producidos hasta entonces por Globomedia, que se escoraban o bien hacia el drama familiar (como *Médico de familia*) o bien hacia los ambientes profesionales (como *Periodistas*). En este caso los protagonistas eran un grupo de alumnos y pro-

fesores de un centro educativo de primaria y secundaria, el Colegio Azcona, a los que se sumaban los propios trabajadores no docentes del centro y los padres de los alumnos. La serie supo sacar partido a los temas de actualidad insertados en la problemática de la adolescencia, ya que, aunque se trataba con el relato intergeneracional llegar a un público diverso, eran los personajes adolescentes, encabezados por Quimi (Antonio Hortelano) y Valle (Eva Santolaria), los que dominaban la mayor parte de los capítulos. Tras unos inicios titubeantes, *Compañeros* experimentó una trayectoria ascendente y para la temporada 1999-2000 ya se convirtió en el programa más visto de Antena 3 con una media de 4.700.000 espectadores (GECA, 2000, p. 40). Aunque con un número de espectadores ligeramente inferior (4,5 millones), en la temporada 2000-2001, coincidiendo con sus sexta y séptima tandas de capítulos, *Compañeros* se coronó como la serie de ficción de mayor audiencia de España, siendo especialmente popular entre las mujeres y los menores de veinticuatro años (GECA, 2001, p. 248).

Compañeros había sido creada por Manuel Valdivia, una de las fuerzas creativas más importantes de Globomedia en el terreno de la ficción tras su trabajo en *Médico de familia* y *Menudo es mi padre*. Sin embargo, como ocurre en todos los programas de televisión de larga trayectoria, en *Compañeros* se produjo un relevo generacional a nivel creativo, y en 1999 Manuel Valdivia abandonó su posición como productor ejecutivo para centrarse en uno de los proyectos más ambiciosos de la productora, *Policías, en el corazón de la calle* (Antena 3: 2000-2003). En este punto es necesario aclarar la concepción que de la producción ejecutiva se tiene en Globomedia, que mantiene como principal referencia el modelo norteamericano. En éste se entiende la producción ejecutiva desde el punto de vista creativo, si bien el productor ejecutivo es el responsable financiero último de un proyecto. Sin embargo, los elementos presupuestarios están por debajo de los elementos creativos. De tal forma que se considera que si un producto está bien concebido (y aquí es donde radica la responsabilidad de un productor ejecutivo), más tarde o más temprano va a tener éxito, un modo de trabajo que busca la proyección a largo plazo en un mercado que no obstante está caracterizado por un índice muy elevado de fracaso de los nuevos productos. El proceso de la producción ejecutiva se basa en que alrededor de una persona (o varias) con una idea creativa van apareciendo otras que resuelven las materias concretas. Según se baja en la pirámide del organigrama, el nivel de concreción será mayor. El productor ejecutivo asume la mayor responsabilidad, pero trabaja sobre la mayor abstracción, sobre ideas y conceptos. Como planteó Muriel Cantor en un pionero estudio de 1971, en televisión el productor tiene el poder de decisión sobre los tres principales ejes del relato: el argumento, el reparto y el montaje (citado en Thompson, 1990: 7).

La conclusión es que definitivamente es el productor ejecutivo sobre quien descansan los mayores rasgos de autoría, como han destacado autores como Newcomb y Alley (1983), y Thompson y David Marc (1995). Ésta es una diferencia fundamental res-

pecto a las fórmulas de trabajo en cine, en el que el director suele asumir las tareas creativas principales. El productor ejecutivo, salvo casos muy concretos, será siempre un guionista cuyo trabajo le ha permitido ir subiendo escalones en la pirámide de poder. Por debajo de él estarán los coproductores, procedentes también del guión y en algún caso de la dirección. Ya en el tercer nivel de responsabilidad se encuentran los directores, que en virtud de presentar un producto homogeneizado nunca podrán tener rasgos demasiado personalistas respecto al estilo general del programa. Esta distinción se revelará decisiva a la hora de analizar la manera en la que Manuel Ríos San Martín encabezó el proceso de adaptación cinematográfica de *Compañeros*.

EL SALTO A LA GRAN PANTALLA: *NO TE FALLARÉ*

El éxito de *Compañeros* coincidió con el convencimiento dentro de Globomedia de que había llegado la hora a la empresa para intentar expandirse en el mercado cinematográfico, una tarea que finalmente acabó recayendo en los profesionales de la compañía Manuel Valdivia, César Vidal y Manuel Ríos Martín, que tenían en común haber trabajado como guionistas, productores y directores de *Compañeros*. El origen del proyecto se encuentra también en el cambio de liderazgo creativo que se produjo en la serie, ya que Manuel Ríos San Martín pretendió hacer nada más asumir esta posición una *tv-movie* o telefilme sobre la serie en un momento en el que el género vivía un momento de expansión en España (entrevista personal con Manuel Ríos Sanmartín)². Este precedente acabó tomando forma cuando Ríos San Martín, Valdivia y Vidal se reunieron un fin de semana para comenzar a desarrollar una comedia carcelaria, pero en su lugar se decidieron por una continuación cinematográfica de *Compañeros*³. La película tomaría de la canción de los créditos iniciales el título de *No te fallaré* y continuaría las desventuras de los personajes una vez que hubieran abandonado el instituto:

Una de las referencias fueron algunos *cómics* de Frank Miller (como *The Dark Knight Returns*) en los que coge los personajes y cuenta lo que ha sido de ellos cinco o quince años después. Lo que sucede también con *El buscavidas* y *El color del dinero*. A mí es una idea que siempre me ha gustado mucho. El coger un héroe y decir: «¿Qué fue de él?» Y Quimi (Antonio Hortelano) era un héroe en la serie. (Entrevista personal.)

Este peculiar *flash-forward* narrativo permitía ofrecer una experiencia distintiva a los espectadores de la serie, pero a la vez favorecía que ésta, entonces en su momento de

² La entrevista personal con Manuel Ríos San Martín fue realizada por Begoña Herrero Bernal el 14 de diciembre de 2006 en la ciudad de Madrid.

³ Información tomada del *pressbook* de *No te fallaré*, disponible en la página oficial de Manuel Ríos San Martín: <http://www.fantasmaweb.com/paginas/notefallare/pressbook/pressbook.htm> (1-12-2006).

mayor popularidad, fuera completamente independiente de la película y por tanto no se pudiera alienar a los espectadores que no deseaban consumir el producto cinematográfico. De esta manera, la película comenzaba el último día de clase con los protagonistas finalizando su estancia en el instituto. La pandilla se traslada a una playa y deciden saltar a un acantilado desde una plataforma. En ese momento la historia se traslada a tres años después, en el que ya han iniciado nuevas existencias por separado: Quimi trabaja de camarero esperando reunir dinero con el que abrir el desguace familiar, Valle es bailarina en una discoteca, Luismi (Manuel Feijoo) va a empezar sus prácticas como profesor en el Colegio Azcona, Eloy (Nicolás Belmonte) e Isabel (Virginia Rodríguez) siguen siendo pareja y crían a su hijo, mientras que Sara (Lara de Miguel) está embarazada. Todos se reencuentran en la reunión de antiguos alumnos del colegio y se revela que ese día de celebración un accidente dejó a César (Julián González) paralítico y separó a los amigos. Valle, traumatizada por la culpa, va cayendo en una espiral de excesos y drogas y se acaba convirtiendo en objetivo de un grupo de mafiosos, aunque Quimi consigue salvarla y la pandilla se reúne de nuevo en la playa donde comenzó su separación. A lo largo del argumento también hay guiños para los espectadores fieles de la serie con las apariciones breves de actores fijos o recurrentes como María Garralón, Miguel Rellán, Tina Sainz y Pepo Oliva. Incluso se incluye un *cross-over* o cruce diegético con otra de las producciones más significativas de Globomedia, *Policías, en el corazón de la calle*, con la participación de Ruso (Pedro Casablanc), uno de los protagonistas de la serie.

Manuel Ríos San Martín, al ser productor ejecutivo de la serie en ese momento, se hizo con el control creativo de la película, pero en este caso a través de una terminología diferente:

En *No te fallaré* yo desde el principio les dije que no era el productor ejecutivo, que yo era el director, que ya bastante tenía con eso. Hay una parte de producción ejecutiva en cine que es muy importante, desde negociar con la distribuidora, con los actores... es decir, las negociaciones al más alto nivel. Sobre todo cuando hay problemas tiene que haber una persona capacitada para resolverlas. [...] En cine la labor del productor ejecutivo en la fase de la distribución, lanzamiento y exhibición es importantísima, cosa que no sucede en televisión, donde tú entregas la cinta a la cadena para emitirla. (Entrevista personal.)

De esta manera, Ríos San Martín iba a seguir ejerciendo el liderazgo creativo del proyecto realizando prácticamente las mismas funciones. Sin embargo, no iba a figurar como productor ejecutivo de la película, ya que en un proyecto cinematográfico esta función se extiende a materias que iban a escapar de su acción y que tienen más que ver con la concepción industrial del proyecto: búsqueda de la financiación, contratación del equipo, negociación de contratos, ventas de derechos, gestión del presupuesto y planificación de la campaña de promoción. La composición del equipo de productores ejecutivos es por ello bastante significativa. Por un lado, se encuentran Daniel Écija y Manuel Valdivia,

que ocupan el escalafón superior en el organigrama de Globomedia, y que por tanto fueron los responsables de dar luz verde al proyecto. Junto a ellos estuvo Alfonso Mardones, director de producción de ficción de Globomedia. En el equipo también destacó la presencia de Tedy Villalba, productor delegado de Antena 3 Televisión para la serie, y Concha Huerta, una de las directivas de la cadena encargada de las producciones fílmicas. Antena 3 era coproductora de la película junto a Globomedia, tanto de manera directa como a través de su filial en la televisión de pago, la plataforma Vía Digital, y de su subsidiaria de producción cinematográfica Ensueño Films, responsable en años posteriores de filmes como *El penalti más largo del mundo* (2004, Roberto Santiago) y *Los Borgia*. De esta manera, lo que Manuel Ríos San Martín realizaba en *Compañeros* no era muy diferente de lo que iba a realizar en *No te fallaré*, donde iba a figurar como director y coguionista. Esta última responsabilidad iba a tener una importancia relevante:

Unos cuantos guionistas de la serie empezamos a escribir el guión. Al principio abrimos mucho a que todo guionista de la serie participara, pero luego el proyecto se fue centrando y nos quedamos cuatro personas y finalmente lo escribimos entre Nuria Bueno y yo. [...] Es verdad que la primera temporada de *Compañeros* que yo me quedé al cargo sí la considero más mía, pero luego el trabajo es en equipo, hay varios coproductores ejecutivos que aportan mucho, pero dentro de eso sí hay capítulos muy «tuyos» porque los has escrito tú, los has dirigido tú, etc. La película, aunque es más personal, también la quise abrir a la gente y a sus aportaciones. Tampoco la escribí solo, sino que quise escribirla con una chica para tener su punto de vista. (Entrevista personal.)

Siendo como era un producto derivado, era lógico que la parte del guión fuera responsabilidad del equipo creativo del proyecto. De esta manera, finalmente el núcleo de trabajo para desarrollar el guión estuvo formado por el propio Manuel Ríos San Martín y Manuel Valdivia junto con la guionista Nuria Bueno (de *Compañeros*) y el asesor Paco Mármol (de *Policías, en el corazón de la calle*). Aunque sólo Ríos San Martín y Bueno se encargaron de la versión final del guión, los títulos de crédito de la película reconocen las contribuciones de César Vidal, Pablo Barrera, Manuel Feijoo y David Paniagua. Así, la escritura del guión de la película siguió un esquema no muy diferente de lo que podría ser característico de la televisión, partiendo de una sesión de intercambios de ideas entre el equipo de guionistas pasando a la concreción de éstas por un grupo muy reducido y finalmente a la elaboración final del texto por parte de uno o dos escritores. Para un capítulo especial de la serie el autor o coautor de la versión definitiva del guión hubiera sido el productor ejecutivo, y por tanto resulta lógico que en la película esta función fuera asumida por Manuel Ríos San Martín. En este caso todo esto sucedió en un proceso, como recuerda el propio Ríos San Martín, que comenzó en septiembre de 1999 y concluyó con la versión final del guión en torno a la Semana Santa de 2000, con el rodaje establecido para ese verano y el estreno para el siguiente.

Pero, como director, la dinámica de trabajo sí que iba a ser completamente diferente. La familiaridad del equipo de la televisión fue aquí sustituida por profesionales procedentes del mundo del cine que tenían que acostumbrarse a trabajar en un producto híbrido:

Había gente con la que yo ya había trabajado en la serie como Daniel Sánchez de la Hera, el músico, o Fernando González para la dirección de Arte, pero la mayoría venían de cine. En el equipo de producción había un par de personas que habían trabajado en la serie para televisión, pero en el equipo de dirección no había nadie de la serie. Ni el primero de producción ni el primero de dirección eran de la serie. [...] En la época en que yo dejé la serie para hacer la película estábamos habituados a hacer secuencias de acción a menudo. Sin embargo, la gente que venía de cine, venían muchos de hacer *Solas*, que es una película estu-penda. Pero a ese equipo le pones a hacer acción después de estar en el rodaje de *Solas* y estaban un poco despistados. Es verdad que aprendieron muy rápido porque era gente muy buena y aprendieron enseguida, pero en algunos temas tenían menos experiencia que el equipo que trabajábamos en TV. (Entrevista personal.)

Como indicativo de las diferentes velocidades con las que se encara el trabajo en cine respecto a la televisión, debemos destacar que el rodaje de la película duró once semanas, plazo en el que se podían llegar a grabar más de media docena de capítulos de la serie de televisión. Sin embargo, Ríos San Martín utilizó esas condiciones de trabajo privilegiadas para una elaboración más compleja de la planificación visual. En lugar de entenderlo como un ritmo de trabajo más relajado, buscó maximizar el tiempo lo más posible, lo que chocó con una filosofía diferente:

En televisión estás acostumbrado a trabajar con mucha velocidad. Pero ésta era una película donde yo quería hacer muchos planos, y me acuerdo que hablaba con la *script*, Margarita (Fernández), y me decía: «Es que en cine estamos acostumbrados a hacer cuatro planos al día». Y yo le decía: «Claro, pero yo hoy necesito hacer treinta y un planos.» Así que el plan-teamiento es distinto. Pero no es porque sea cine o televisión; es por el tipo de película que estamos haciendo. Así que el cámara no puede componer el plano para que entre un rayo de luz por aquí, o una hojita por allá, sobre todo porque es una explosión y es un plano que va a durar tres segundos y lo único que necesito es que se vea la explosión. (Entrevista personal.)

EL ESTRENO DE *NO TE FALLARÉ*: UNA EXPERIENCIA AGRIDULCE

Tras el final de la séptima tanda de capítulos se iba a producir un relevo generacional en el programa con la sustitución de buena parte del reparto juvenil, y la idea inicial fue que la película se estrenara después de esta temporada a modo de epílogo (GECA, 2001, p. 249). Pero finalmente fue el estreno de la séptima temporada en abril de 2001 el que seguiría al de la película, proyectada en los cines desde el 2 de marzo, con lo que se buscó que el esfuerzo promocional impulsado por Antena 3 tuviera beneficios mutuos.

La elección de *Compañeros* para ser objeto de una versión cinematográfica respondía sin duda a su notable popularidad entre el público general, pero muy especialmente entre el juvenil. Éste es el sector de edad del que dependen las salas de cine, ya que los jóvenes son los que acuden en mayor número y con más elevada frecuencia, hasta el punto de que se ha podido concluir que fueron los cambios en sus hábitos de ocio los que provocaron la crisis de público que aquejó al cine a partir de los años sesenta. Sin embargo, desde finales de los ochenta los hábitos de ocio se modifican de nuevo y la asistencia a las salas va creciendo de manera paulatina para pasar de 87 millones de espectadores en 1992 a 135 millones de 2000, llevando a un responsable político como el entonces director del ICAA (Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales), José María Otero, a considerar como un factor clave la recuperación del público juvenil por parte de directores como Alejandro Amenábar o Santiago Segura (citado en Palacio, 2005, pp. 413-415). *No te fallaré* logró convertirse con 800.000 espectadores en la quinta película española de mayor recaudación de 2001.

Sin embargo, esta positiva consideración inicial debe ponerse en relación con el hecho de que desde entonces Globomedia no haya producido ninguna otra película para cine, por lo que se intuye que desde el punto de vista empresarial no debió de tratarse de una experiencia completamente satisfactoria. Sus tres millones de euros de recaudación no son equivalentes a un presupuesto que se situó en torno a los 3.600.000 y por tanto dejó la rentabilidad de la película al amparo de las subvenciones públicas (sólo por recompensa a sus recaudaciones la productora recibió del ICA casi un millón de euros) y la explotación en los mercados auxiliares. Otro dato puede ser si cabe más significativo: *No te fallaré* sólo llevó a las salas de cine a un 17% de la entonces audiencia de *Compañeros* (770.000 espectadores frente a 4.500.000). Quizás el motivo esencial de esta desconexión con los espectadores habituales de la serie y audiencia potencial de la película sea que *No te fallaré* no se parece a su referente televisivo demasiado, ni a nivel de contenido ni de coordenadas genéricas. A pesar de ocasionales tramas de acción, *Compañeros* fue esencialmente un drama juvenil de corte social. Sin embargo, la trama central de *No te fallaré* está dedicada a los negocios criminales de dos bandas rivales de narcotraficantes con los que inadvertidamente acaba relacionada Valle. Por utilizar una terminología del guión televisivo, la historia del grupo de amigos que se reencuentran tras tres años queda reducida a ser una trama B:

Yo quería que la película se llamara *Valle y Quimi* porque eran los protagonistas claros de la serie. A veces nos han acusado de que la película no tenía mucho que ver con la serie. Y es verdad. La película era bastante más adulta. La trama policial y delictiva que invadió mucho, quizá demasiado, pero como el resultado de público fue bueno yo concluiría que fue un acierto. [...] Vino también el asesor de la serie *Policías, en el corazón de la calle* y él aumentó mucho la trama policial, que al principio iba a ser mas corta y se convirtió casi en la trama principal. La película creció por todos lados y los que lo pagaron fueron la pandilla.

A pesar de la popularidad del programa y la fuerte campaña de promoción puesta a su servicio por Antena 3, la película no logró movilizar al público fiel a *Compañeros*, demostrando que el mercado cinematográfico se rige por unas reglas muy diferentes al televisivo y que el público tiene motivaciones distintas para ir a las salas de cine que para sintonizar con un canal desde la comodidad de su casa. Y es que lo que para el director pudo ser un éxito teniendo en cuenta las primeras recaudaciones, para la compañía no lo fue tanto viendo el proyecto desde una perspectiva global:

Luego tras el éxito de la película, Tele 5 ofreció a Globomedia un contrato para hacer cine, pero Globomedia dijo que no. Con lo cual yo no sé si Globomedia decidió que lo suyo era la televisión y que no quería meterse en el lío del cine. No sé qué paso porque fue un intento que salió bien. Globomedia dio marcha atrás y de hecho han pasado cinco años y no se ha vuelto a hacer una película ni ha habido un proyecto claro. Ha habido un intento de hacer una película sobre *Los Serrano*, pero al final no salió.

Si con todo a favor, Globomedia no logró acercarse ni de lejos a los seis millones de espectadores de *Los otros* (2001, Alejandro Amenábar) o los cinco de *Torrente 2: Misión en Marbella* (2001, Santiago Segura), la elección más lógica fue plegar velas y regresar al territorio conocido (y ya dominado) de la televisión. Allí *Compañeros* todavía pudo extenderse durante tres temporadas más, la primera dedicada a la transición a una nueva pandilla protagonista:

Eva Santolaria y Antonio Hortelano dijeron que con la película cerraban un ciclo y que no hacían más. Era comprensible; llevábamos setenta y tantos capítulos y se hicieron con ellos hasta noventa y cinco. El resto de la pandilla estaban un poco más dudosos, pero dijimos que si Valle y Quimi se iban que al final era mejor cambiar de pandilla. En la última temporada Eva y Antonio hicieron sólo ocho capítulos y fue una temporada complicada porque faltaban muchos capítulos; así que se decidió cerrar esa pandilla y ver qué pasaba con una nueva. Luego con la nueva hicimos veintiséis capítulos. Los primeros trece funcionaron bastante bien y luego nos colocaron contra *Operación Triunfo* y nos hicieron sufrir bastante. El total fueron ciento veintiún capítulos. Suficiente.

En el capítulo final de la serie, la sombra de la película seguía presente. Primero por la muerte de una de las protagonistas, la profesora de Literatura Marisa (Beatriz Carvajal), cuya ausencia en *No te fallaré* quedaba así justificada. Y después por la aparición en silla de ruedas de César (Julián González), cuyo accidente había sido el detonante de *No te fallaré*. De esta manera se cerraba completamente una de las más interesantes, por significativa respecto a los modelos de trabajo respectivos, experiencias de trasvase entre cine y televisión.

BIBLIOGRAFÍA

- GECA (2000), *Anuario de la Televisión 2001*, Madrid, GECA Consultores.
- (2001), *Anuario de la Televisión 2002*, Madrid, GECA Consultores.
- Ibáñez, J. C. (2006), «Fuenteovejuna», en Palacio, M. (ed.), *Las cosas que hemos visto: cincuenta años y más de TVE*, Madrid, Instituto Oficial de RTVE, p. 49.
- Marc, D., y Thompson, R. J. (1995), *Prime Time, Prime Movers*, Syracuse, Syracuse University Press.
- Newcomb, H., y Alley, R. S. (1983), *The Producer's Medium: Conversations with Creators of American TV*, Nueva York, Oxford University Press.
- Palacio, M. (2005), «El público en las salas», en Castro de Paz, J. L.; Pérez Perucha, J. L., y Zunzunegui, S. (eds.), *La nueva memoria: Historia(s) del cine español (1939-2000)*, A Coruña, Vía Láctea, pp. 378-417.
- Palacio, M., *Televisión Española y Cine*. Notas del programa del ciclo «TVE Cincuenta Años» de la Filmoteca Española (agosto-octubre de 2006). Disponible en: http://www.mcu.es/jsp/plantilla_wai.jsp?id=8306&area=cine&contenido=/cine/film/dore/dore_notas/2006/agosto/dore_tve.html (consulta: 1-12-2006).
- Thompson, R. J. (1990), *Adventures on Prime Time: The Television Programs of Stephen J. Cannell*, Nueva York, Praeger.

La industria productora de contenidos audiovisuales ante el reto de la TDT

ANDREU CASERO RIPOLLÉS

Universitat Jaume I de Castellón

507

INTRODUCCIÓN

La digitalización del medio televisivo constituye un proceso clave dentro del actual escenario audiovisual. Entre otras muchas transformaciones, comporta una multiplicación del número de canales gracias al mejor aprovechamiento del espacio radioeléctrico y a la comprensión de la señal televisiva. Pero, pese a su fuerte componente tecnológico, los cambios que entraña la migración digital van mucho más allá de la esfera tecnológica, afectando a la práctica totalidad de los ámbitos comunicativos. De hecho, su irrupción abre un nuevo escenario que entraña la profunda alteración de las estructuras del sistema audiovisual vigentes en la actualidad.

En el marco de esta mutación los contenidos se alzan como un valor estratégico dotado de una importancia renovada (Bustamante, 1999b). Por ello resulta fundamental preguntarse cuál va ser el papel de la industria productora del audiovisual en el nuevo contexto derivado de la implantación de la televisión digital terrestre (TDT). ¿Conllevará la digitalización un aumento de su centralidad en el sistema audiovisual o, por el contrario, implicará una simple reformulación de su contribución al mismo?

Este trabajo, pese a la dificultad que entraña, pretende realizar una primera exploración, desde una óptica prospectiva, de esta cuestión. Para ello se plantea un aná-

lisis de las oportunidades y amenazas a las que se enfrenta la industria de la producción audiovisual ante la llegada de la TDT, teniendo en cuenta principalmente el horizonte español como marco de análisis.

LAS OPORTUNIDADES DE LA INDUSTRIA PRODUCTORA DE CONTENIDOS ANTE LA IMPLANTACIÓN DE LA TDT

508

La irrupción de la TDT en el sector televisivo entraña toda una serie de posibilidades para la industria productora de contenidos audiovisuales. En sentido, son varios los puntos favorables que coinciden en pronosticar un incremento de la importancia de estos actores en el sistema audiovisual en un futuro próximo. Éstos se pueden concretar principalmente en seis aspectos.

1. *La abundancia.* La introducción de la TDT en la mayor parte de los países europeos, incluyendo España, se ha desarrollado prioritariamente a partir del modelo *multicasting* (García Leiva, 2006a). A diferencia del contexto norteamericano, donde la apuesta se ha orientado hacia la alta definición (Larrègola, 1998; García Leiva, 2006b), se ha optado por aprovechar las ventajas tecnológicas para aumentar de forma considerable el número de canales o programas televisivos. Una multiplicación que instaura una auténtica abundancia comunicativa, ya que, en el ámbito estatal, se pasará de los actuales 6 canales a los 32 a partir de abril de 2010, a los que cabría sumar otros 8 entre operadores autonómicos y locales. Consecuentemente, las ventanas, y las horas de programación, crecen exponencialmente. Dar respuesta a este incremento de la oferta televisiva aparece como un problema empresarial de primera magnitud. Una situación que, *a priori*, puede generar notables repercusiones en la industria productora del audiovisual. Así, la TDT, con la multiplicación de canales, puede conllevar, teóricamente, un aumento del papel de las productoras y los creadores para satisfacer las demandas de abastecimiento de contenidos por parte de las empresas televisivas.

En este sentido, cabe recordar, desde una perspectiva histórica, los procesos de descentralización, con la aparición de las televisiones autonómicas, y de desregulación, basado en la irrupción de los operadores de titularidad privada. En ambos casos, el incremento de la oferta de canales redundó en la industria productora española, fomentando la creación de este tipo de empresas audiovisuales para cubrir las parrillas televisivas (Peñafiel, López y Fernández de Arroyabe, 2005: 141). La digitalización, en tanto que dinámica transformadora del sector equiparable a las anteriores, puede abrir nuevos espacios y mercados, generando, en suma, nuevas oportunidades para las productoras.

2. *La movilidad.* Una de las grandes novedades técnicas de la TDT viene de la mano de la recepción móvil. Gracias al estándar DVB-H, la señal televisiva puede cap-

tarse con antenas domésticas desde cualquier lugar sin necesidad de contar con un punto de conexión fijo (Prado, 2003). Consecuentemente, los equipos portátiles, y especialmente los teléfonos móviles, aparecen como nuevos dispositivos de consumo televisivo, ubicándose como una ventana de explotación inédita hasta ahora (Vacas, 2003). No obstante, estos soportes exigen productos audiovisuales especialmente adaptados a sus características que tengan en cuenta preferentemente tanto las condiciones de recepción, que difieren considerablemente de las del hogar, como las dimensiones de la pantalla, notablemente reducidas en comparación con los televisores tradicionales. Por ello la búsqueda de nuevos lenguajes audiovisuales ajustados a este marco (Galindo Rubio, 2005), y la consiguiente creación de contenidos singularizados, se alza como un reto trascendental para la industria productora. Un desafío que constituye una oportunidad fundamental para su desarrollo futuro. Más si cabe si tenemos en cuenta que la telefonía móvil es un mercado potencialmente muy amplio, ya que actualmente a nivel mundial la cifra de terminales activas supera al número de personas. Además, a ese interés mercantil se une el hecho de que se trata de una franja escasamente explotada en lo que se refiere a la prestación de servicios audiovisuales, en general, y televisivos, en particular.

3. *La interactividad.* La implantación de la TDT trae consigo otra innovación técnica importante: la interactividad (CAC-CMT, 2002). Ésta implica la puesta en marcha de toda una serie de procesos de intercambio que instaurarán el diálogo entre el sujeto-espectador y el programa televisivo (Larrègola, 1998). Se rompe así el esquema tradicional de la comunicación televisiva marcada por su carácter unidireccional y monológico (Thompson, 1998). A la función de mirar se adjunta la de actuar, de manera real y no sólo de forma testimonial como hasta ahora. Los resultados de este cambio se dejarán notar tanto en el plano técnico como en el discursivo. La interactividad no sólo afectará a los formatos, la cantidad, la complejidad y la calidad del flujo televisivo, sino que también instigará profundas mutaciones estéticas, simbólicas y sociales (Vilches, 2001: 215). Por lo tanto, puede conllevar un impulso encaminado a la creación de nuevos contenidos adaptados a su lenguaje, abriendo una nueva ventana de oportunidad para la industria productora del audiovisual.

No obstante, hoy en día desconocemos cómo repercutirá esta transformación en las estructuras y actividades de las productoras por tres motivos. En primer lugar, la interactividad se encuentra todavía instalada en el marco de concepciones fuertemente marcadas por el discurso de la utopía tecnológica (Flichy, 2003), que únicamente resalta de manera acrítica sus innumerables virtudes, pero, en la práctica, han sido escasas sus aplicaciones en el medio televisivo (Griss, 2006). En segundo lugar, el desarrollo de esta innovación se inserta en el proceso de convergencia tecnológica. Por ello su aplicación se basa necesariamente en una alianza entre los

sectores de la informática, las telecomunicaciones y el audiovisual. En consecuencia, las empresas productoras tendrán que ampliar la base de sus conocimientos (*know-how*) hacia estos campos si quieren aprovechar las oportunidades derivadas de la interactividad. Finalmente, la introducción del lenguaje interactivo en las obras audiovisuales puede implicar un notable incremento de costes de producción (Prado y Franquet, 1998) que exija contar con una elevada disponibilidad de recursos económicos para participar en su creación.

4. *La especialización.* La abundancia en la oferta televisiva que conlleva la TDT redundante, indirectamente, en la generación de una franja de negocio basada en la especialización. Las respuestas a esta eventualidad se encaminan básicamente hacia tres direcciones complementarias entre sí. En primer lugar, en este contexto se originan oportunidades para productoras, incluso de pequeñas dimensiones, dedicadas a la elaboración de contenidos centrados en temáticas concretas. Se trata, en suma, de aprovechar los nuevos nichos de mercado suscitados por la multiplicación de canales propia de la digitalización. En segundo término, teniendo en cuenta que con la TDT aumenta el conocimiento de los hábitos y gustos del receptor, resulta plausible pensar en la posibilidad de crear productos audiovisuales dirigidos a *targets* de público delimitados. Así, mediante la segmentación del mercado, se puede avanzar hacia la «personalización» de contenidos, abriendo una interesante vía para la industria en el marco de la especialización. Finalmente, la gestión de derechos audiovisuales empieza a configurarse como un terreno específico dotado de un futuro prometedor dentro de la producción de contenidos (Gretel, 2005).

Con todo, la especialización puede contribuir al surgimiento de monoproductoras o productoras nicho basadas en un ámbito de trabajo específico. Unos actores que pueden acusar algunas dificultades como la dependencia o los problemas para negociar precios derivados de la falta de diversificación de su oferta (Peñafiel, López y Fernández de Arroyabe, 2005: 168), pero que, en contraposición, también pueden contar con interesantes oportunidades.

5. *La integración publicitaria.* Actualmente la televisión generalista se caracteriza, entre otros aspectos, por un escenario de elevada saturación publicitaria (Fernandez-Beaumont, 2005) que causa una pérdida notable de efectividad de los mensajes comerciales. España es el segundo país de la Unión Europea con mayor presión publicitaria en el medio televisivo, únicamente superado por Portugal. Atendiendo a datos de 2006, según el Estudio General de Medios (EGM), los canales en abierto alcanzaban un porcentaje de ocupación publicitaria del 13,98%, equivalente a una media de ocho minutos y veintitrés segundos de anuncios por hora de emisión. Ante esta situación el sector publicitario se halla plenamente inmerso en la búsqueda de nuevas vías que contribuyan a resolver esta coyuntura. Entre éstas sobresale la integración de la publicidad en los contenidos televisivos, especialmente en

los productos de ficción (Del Pino y Olivares, 2006). Así, mediante una estrategia de enmascaramiento, se pretende llegar al público y mejorar el impacto de los mensajes comerciales. En el marco de estas dinámicas han proliferado formatos no convencionales como el *product placement* o la *guionización* (Farré Coma, 2005). Su peso en el mercado español ya resulta considerable, suponen un 3,15% del tiempo total de emisión frente al 10,28% de los spots tradicionales (Farré Coma y Fernández Cavia, 2005:15-16), pero todo indica que su importancia se incrementará exponencialmente en el contexto de la TDT (Casero, 2006).

Por ello resulta previsible que el sector publicitario impulse la creación de nuevos contenidos basados en la integración publicitaria. Y más teniendo en cuenta que, cada vez con mayor intensidad, se tiende no sólo a situar al producto publicitado de manera pasiva en el relato, como parte del decorado, sino que se le dota de un rol activo, confiriéndole protagonismo en la trama argumental. La elaboración de esta modalidad de contenidos televisivos puede alzarse como una interesante oportunidad de negocio para la industria productora del audiovisual. Pese a que su incidencia se dejará notar principalmente en el campo de la producción de ficción, no es exclusiva únicamente de este campo, pudiendo afectar a otras ramas de actividad.

6. *El desplazamiento.* Tradicionalmente, la industria productora ha estado circunscrita en el ámbito de la producción de contenidos y se ha alzado como un agente encargado de abastecer de programas, de materias primas, a los operadores televisivos. Pese a que éste continúa siendo su papel principal, en los últimos tiempos las productoras están experimentando un cambio trascendental. Se trata de su incursión en el campo del empaquetamiento y edición de contenidos, pasando a desarrollar actividades propias de los radiodifusores. Asistimos así al desplazamiento de la industria productora que se adentra en el terreno del audiovisual clásico representado por las empresas televisivas que se ocupan de elaborar una oferta de contenidos completa, destinada a los públicos, bajo la forma de una programación. Es decir, la industria productora ha iniciado un interesante tránsito que comporta una ampliación de sus actividades y competencias. El ejemplo más evidente de ello viene representado por *La Sexta*. Esta cadena televisiva se encuentra controlada por un consorcio de productoras, entre las que sobresalen Globomedia, Mediapro, Bainet y El Terrat, que conjuntamente ostentan el 60% de las acciones de la empresa.

El desplazamiento hacia el terreno del empaquetamiento y edición de contenidos aparece así como una nueva oportunidad para la industria productora, especialmente ante un contexto de multiplicación del número de canales que entraña la TDT. Una coyuntura vinculada tanto a la expansión y el crecimiento económico de las productoras, en aras de lograr una mayor consolidación financiera, como a la ampliación de su presencia en la cadena de valor del audiovisual, recurriendo

a la integración vertical que permita la extensión de su modelo de negocio más allá de la mera producción de los contenidos pasando a incluir la gestión de empresas televisivas. Un escenario que puede facilitar la aplicación de políticas de contención de gastos y la aplicación de economías de escala en el sector de la producción.

LAS AMENAZAS PARA LA INDUSTRIA PRODUCTORA DE CONTENIDOS ANTE LA IMPLANTACIÓN DE LA TDT

512

La irrupción de la digitalización televisiva, junto a la generación de una serie de oportunidades, también entraña la instauración de una serie de amenazas para la industria productora de contenidos. Éstas pueden provocar diversos efectos que, desde un punto de vista global, confluyen en coartar las previsiones de crecimiento de los agentes del sector de la producción ante la llegada de la TDT. Estos factores se pueden concretar en seis puntos básicos:

1. *La debilidad industrial.* El sector de la producción audiovisual español, al igual que el europeo, se caracteriza por poseer estructuras empresariales débiles o poco consolidadas (Álvarez Monzoncillo y López Villanueva, 2006; Bustamante y Álvarez Monzoncillo, 1999). Pese al aumento del número de actores, sus márgenes de beneficio no han dejado de caer en el conjunto de la Unión Europea, circunstancia que indica un deterioro de su situación financiera (Lange, 2003). En el caso español, únicamente un grupo reducido de empresas (Globomedia, Gestmusic Endemol, Mediapro) poseen suficiente capacidad para afrontar producciones que impliquen elevadas inversiones. La gran mayoría forma parte de un mercado secundario, que se distingue por su carácter modesto (Peñafiel, López y Fernández de Arroyabe, 2005: 160). Este hecho comporta desde problemas de continuidad en el negocio hasta dificultades para negociar los precios de los productos pasando por la escasa capitalización, la falta de diversificación de su oferta o por una baja circulación exterior.

Además, la debilidad industrial genera una situación de inferioridad frente a productoras internacionales, especialmente norteamericanas, que encuentran mayores facilidades para cubrir los huecos del mercado gracias a sus fuertes estructuras empresariales, que les permiten mayor capacidad y solidez en la producción. La circulación de programas y obras audiovisuales se caracteriza por una desigual competencia entre Europa y Estados Unidos (Murciano, 1992), que siempre decanta su balanza hacia los productos procedentes del país norteamericano (Buquet Corleto, 2005) que ocupan una posición dominante en las parrillas televisivas europeas (Lange, 2003).

2. *La integración vertical.* Actualmente una de las principales tendencias del mercado televisivo radica en la implicación de las cadenas de televisión en el ámbito de la producción. Fruto de ello, éstas se han lanzado en los últimos años con especial

intensidad a la creación o la compra de empresas productoras para elaborar sus espacios y contenidos. Los operadores televisivos españoles, englobados dentro de grandes grupos de comunicación, se han dotado de sus propias productoras. Un ejemplo de ello es *Tele 5*, que recientemente adquirió el 15% de Miramón Mendi, una de las productoras de José Luis Moreno y responsable de la exitosa serie *Aquí no hay quien viva*. Asimismo Vocento, que participa con un 13% en *Tele 5*, posee intereses en diversas productoras, como BocaBoca (30%), Europroducciones (70%) o Videomedia (30%), agrupadas bajo la marca comercial Veralia. Finalmente, Mediaset, accionista mayoritario de esta cadena española, acaba de adquirir, junto a otros socios, la productora Endemol, una de las más potentes en el ámbito europeo. De hecho, el análisis de la relación de las 50 primeras empresas europeas de producción de programas televisivos revela que la mitad de éstas tienen estrechos vínculos capitalistas con las cadenas (Lange, 2003).

La concentración, a través de la integración vertical, se alza así como una potente barrera de entrada para nuevos actores en la industria productora del audiovisual. Además, este fenómeno, mediante el cual los operadores televisivos buscan controlar todas las fases de la cadena audiovisual, limita el espacio para las productoras independientes y sus posibilidades reales de crecimiento. Consecuentemente, resulta complicada la edificación de un tejido diversificado de empresas productoras, ya que la fuerte presencia de las cadenas televisivas en el sector provoca frecuentemente que la industria productora se halle en una situación de subordinación y de restringida autonomía.

3. *Los canales temáticos*. El modelo televisivo especializado o temático no comporta grandes oportunidades para la industria productora independiente (Peñafiel, López y Fernández de Arroyabe, 2005: 142-143). Esto se debe al hecho de que la construcción de la oferta temática corre a cargo de grandes corporaciones y grupos comunicativos que implantan una política muy proteccionista de cara a las productoras independientes y de talla pequeña, que quedan excluidas de este segmento del mercado. Con lo cual la mayor parte de las empresas productoras deben centrar sus actividades en la televisión generalista. Esta circunstancia implica diversas consecuencias, ya que este ámbito registra una mayor competencia y un incremento de la incidencia de la integración vertical. Pero, sobre todo, en lo que respecta a la TDT comporta un efecto preocupante, ya que este sistema basa su expansión en el modelo de televisión temática. El aumento del número de canales se está llevando a cabo mayoritariamente a partir de fórmulas temáticas (Cebrián Herreros, 2004). Sólo un número reducido de canales estatales (Veo TV y Net TV) se incorporan como nuevas ofertas en la televisión generalista. Por lo tanto, la multiplicación de la oferta televisiva, asociada a la TDT, puede revertir escasamente en la industria productora independiente a consecuencia de la primacía de los esquemas de la televisión temática.

4. *El bloqueo del mercado.* La ineficiente introducción de la TDT en España (Soto y Ribes, 2003), que en marzo de 2007 únicamente llegaba al 17,6% de los hogares frente a los 41,9% de Gran Bretaña a finales de 2006, está provocando numerosas distorsiones que afectan a la industria productora. Las dificultades de implantación de este nuevo sistema televisivo han generado la instauración de un círculo vicioso que estrangula y bloquea el mercado de la TDT (Casero, 2006). Así, la baja demanda de receptores, pese a que su precio medio actualmente es de poco más de 52 euros, comporta la configuración de una audiencia escasa. Fruto de ello, en marzo de 2007 la cifra de audiencia del total de la oferta de TDT en España se situaba en un 5,7% de *share*, según datos de Sofres-AM. El desglose de esta cifra permite observar que un 3,6% corresponde a las cadenas generalistas (*Tele 5, Antena 3, TVE-1, Cuatro, La Sexta, Veo y Net*) que, exceptuando los dos últimos casos, emiten en *simulcast*, ofreciendo los mismos contenidos en analógico que en digital. Por otra parte, las cadenas temáticas, novedad específica de la TDT, únicamente alcanzaron un 0,8% de *share*. Estas magnitudes de público no logran generar inversiones publicitarias, que constituyen la principal vía de financiación del negocio televisivo. Como consecuencia de ello, las cadenas optan por configurar una oferta de contenidos caracterizada por el predominio del reciclaje y la repetición. Aspectos que desincentivan la incorporación de espectadores a la TDT, reproduciendo y reactivando el círculo.

Fruto de esta situación de bloqueo, la oferta de la TDT recurre a contenidos ya emitidos con anterioridad, por un lado, y a la simple duplicidad respecto de la versión analógica, por otro. El resultado de ello ocasiona la ausencia de la oferta específica y distintiva propia de la TDT, cuestión que también afecta a otros países europeos (Delgado y Larrègola, 2003). Además, se pone de manifiesto que existe una falta de relación entre la abundancia de canales televisivos y la diversidad de los contenidos programados (Prado y Franquet, 1998). Así el aumento de las ventanas, derivado de la multiplicación que acarrea la digitalización, no origina un incremento de la demanda de productos audiovisuales a la industria productora. Al contrario, los operadores televisivos optan por aprovecharse de su fondo de armario, evitando al máximo acudir al sastre para encargar nuevas vestimentas.

5. *La contención de gastos.* Estrechamente vinculado al escenario de bloqueo del mercado que describíamos en el punto anterior, los operadores televisivos aplican, de manera predominante, políticas de contención de gastos a la espera de la maduración de la TDT y de su introducción definitiva de la mano del apagón analógico. Éstas afectan especialmente a los contenidos que se ven condicionados con fuerza por criterios económicos derivados del contexto de mercantilización vigente (Mosco, 2006). Las lógicas propias de las industrias culturales (Bustamante, 2003) imprimen un carácter netamente conservador a las empresas televisivas que privile-

gían la maximización de beneficios económicos por encima de otros valores (Bustamante, 1999a). La industria productora se ve afectada por la contención de gastos que reduce la demanda de programas, los presupuestos disponibles y los márgenes de beneficios. Además, esta contención se ve agravada por la introducción de nuevas lógicas de programación como la multidifusión, la redifusión o la reemisión. Se trata de formulas antes vigentes en la televisión de pago, pero que, con la llegada de la TDT, se trasladan a las cadenas en abierto. Con ello se logra cubrir más horas de emisión con menos contenidos y, por lo tanto, restringe el papel de las productoras como suministradoras de productos audiovisuales.

6. *La invasión extranjera.* Cada vez resulta más difícil blindar las fronteras nacionales a la entrada de productos audiovisuales foráneos, especialmente norteamericanos. Dos son las razones de base que motivan este hecho. En primer lugar, ante la multiplicación de la oferta que entraña la TDT se necesitan contenidos para abastecer a las nuevas ventanas. La debilidad financiera de la industria productora europea y la necesidad de contener los gastos coloca en posición privilegiada a las productoras estadounidenses dotadas de una gran capacidad de acción tanto económica como industrial. Además, en segundo término, la inclusión del audiovisual y la cultura en el GATS inserta a estos sectores en el marco de la liberalización del comercio internacional. El fracaso de las tesis de la excepción cultural, que defendían la legitimidad de la intervención reglamentaria y financiera de los poderes públicos para corregir las distorsiones que la economía de mercado introduce en la cultura (Frau-Meigs, 2002), abrió definitivamente las puertas a la libre circulación de productos audiovisuales en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Con ello, además, el audiovisual europeo se ve abocado a suprimir, a medio plazo, las políticas activas de promoción y fomento de la industria productora local. Un escenario de total mercantilización en el que las trabas a la entrada de contenidos extranjeros o la protección de la creación local resultan cada vez más complejos de mantener.

CONCLUSIONES

Al inicio de este trabajo se planteaba cuál va a ser el papel de futuro de la industria productora del audiovisual en el marco de la TDT en el Estado español. El análisis de oportunidades y amenazas efectuado permite realizar algunas afirmaciones. En primer lugar, se evidencia que nos hallamos ante un entorno muy complejo donde existen múltiples factores en juego. Por eso todavía es pronto para aseverar categóricamente que las empresas productoras se van a revestir de una nueva centralidad en el seno del sistema audiovisual o si éstas van a mantener su actual posición. La inmadurez del sector de la TDT en España, marcado por el bloqueo, ofrece pocos datos y

un escaso margen para el análisis. Por ello es necesario seguir la evolución del mercado televisivo para completar esta primera aproximación.

No obstante, con el estudio del panorama actual se vislumbra claramente que la multiplicación del número de canales, característica de la digitalización televisiva, no implica un aumento de la diversidad de los contenidos. Por lo tanto, no existe hasta el momento una causa-efecto directo en este sentido. Consecuentemente, podemos pronosticar, teniendo en cuenta el análisis planteado, que el incremento de la oferta televisiva no redundará en un beneficio directo para el sector de la producción tan elevado como cabría esperar. Así podemos avanzar que, pese a que su situación pueda registrar síntomas de mejoría a medio plazo, es probable que esta industria no refuerce ostensiblemente su papel en el sistema audiovisual y quede lejos de alcanzar una ansiada centralidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Monzoncillo, J. M., y López Villanueva, J. (2006), *La situación de la industria cinematográfica española. Políticas públicas ante los mercados digitales*, Madrid, Fundación Alternativas.
- Buquet Corleto, G. (2005), *El poder de Hollywood. Un análisis económico del mercado audiovisual en Europa y Estados Unidos*, Madrid, Fundación Autor.
- Bustamante, E. (1999a), *La televisión económica*, Barcelona, Gedisa.
- (1999b), «Contenidos de la televisión digital y retos de la política audiovisual europea», *Quaderns del CAC*, 5: 19-29.
- (coord.) (2003), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Barcelona, Gedisa.
- y Álvarez Monzoncillo, J. M. (1999), «La producción audiovisual en el umbral digital», *Zer*, 7: 45-63.
- Casero, A. (2006), «La oferta de contenidos y servicios de la TDT: análisis de la situación en el mercado español», Actas del I Congreso Nacional ULEPICC-España: «Pensamiento crítico, comunicación y cultura».
- Cebrián Herreros, M. (2004), *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*, Barcelona, Paidós.
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) y Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) (2002), *La televisió digital terrestre a España. Situació i tendències*, Barcelona, CAC.
- Contreras, J. M., y Palacio, M. (2001), *La programación de televisión*, Madrid, Síntesis.
- Del Pino, C., y Olivares, F. (2006), *Brand Placement: integración de marcas en la ficción audiovisual*, Barcelona, Gedisa.

- Delgado, M., y Larrègola, G. (2003), «Análisis de planteamientos, propósitos y despropósitos. Contenidos y servicios de la TDT en Europa», *Telos*, 57: 71-82.
- Farré Coma, J. (2005), «Catalogació provisional dels formats publicitaris no convencionals», *Quaderns del CAC*, 22: 21-34.
- y Fernández Cavia, J. (2005), «La publicitat no convencional a la televisió generalista», *Quaderns del CAC*, 22: 3-19.
- Fernandez-Beaumont, J. (2006), «La refundación del sector audiovisual», en Díaz Nosty, B. (dir.): *Tendencias'06. Medios de comunicación. El año de la televisión*, Madrid, Fundación Telefónica.
- Flichy, P. (2003), *Lo imaginario de Internet*, Madrid, Tecnos.
- Frau-Meigs, D. (2002), «Excepció cultural, polítiques nacionals i mundialització: factors de democratització i de promoció de la modernitat», *Quaderns del CAC*, 14: 3-17.
- Galindo Rubio, F. (2005), «El audiovisual en la telefonía móvil 3G. Consideraciones formales para una comunicación eficaz», *Zer*, 19: 143-171.
- García Leiva, M. T. (2006a), «Políticas europeas de televisión digital terrestre. Antecedentes, caracterización y alternativas», *Revista latina de Comunicación Social*, 61. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200604leiva.pdf>. Fecha consulta: 3-V-06.
- (2006b), «El modelo norteamericano de TDT. Notas para un análisis comparado con la experiencia europea», Actas del I Congreso Nacional ULEPICC-España: «Pensamiento crítico, comunicación y cultura».
- Gretel (Grupo de Regulación de las Telecomunicaciones) (2005), *El sector audiovisual y su evolución. La televisión. Retos y oportunidades*, Madrid, COIT.
- Griss (2006), *Televisió interactiva. Simbiosi tecnològica i sistemes d'interacció amb la televisió*, Barcelona, CAC.
- Lange, A. (2003), «Amenaza a la diversidad cultural europea. La circulación europea de programas de televisión sigue siendo baja», *Telos*, 55.
- Larrègola, G. (1998), *De la televisión analógica a la televisión digital*, Barcelona, CIMS.
- Miguel, J. C. (1993), *Los grupos multimedia*, Barcelona, Bosch.
- Mosco, V. (2006), «La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después», *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)*, 11: 57-79.
- Murciano, M. (1992), *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*, Barcelona, Bosch.
- Peñafiel, C.; López, N., y Fernández de Arroyabe, A. (2005), *La transición digital de la televisión en España. Tecnología, contenidos y estrategias*, Barcelona, Bosch.
- Prado, E. (2003), «Virtudes, funciones y futuro de la TDT en la Sociedad de la Información», *Telos*, 57: 38-40.
- Prado, E., y Franquet, R. (1998), «Convergencia digital en el paraíso tecnológico: claroscuros de una revolución», *Zer*, 4: 15-40.

Soto, M., y Ribes, X. (2003), «Del impulso a la inercia. Evolución de la TDT en España», *Telos*, 57: 42-51.

Thompson, J. B. (1998), *Los media y la modernidad*, Barcelona, Paidós.

Vacas, F. (2003): «UMTS: ¿nueva ventana de explotación? Contenidos y servicios para la telefonía móvil 3G», *Telos*, 57.

Vilches, L. (2001), *La migración digital*, Barcelona, Gedisa.

Zallo, R. (1992), *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*, Donostia, Tercera Prensa.

Debates

Mesa redonda: El oficio del productor: entre el arte y la gestión empresarial

Intervienen:

KIKO MARTÍNEZ, *PC. Nadie es perfecto*

PERE ROCA, *Centro de Desarrollo del Audiovisual de Cataluña*

JOSÉ VICENTE GARCÍA SANTAMARÍA, *Universidad Carlos III de Madrid*

521

Modera:

XAVIER CRESPO, *Producciones DACSA*

Xavier Crespo

Vamos a intentar promover en esta mesa, o al menos que figure el debate en torno al trabajo del productor, el trabajo, digamos, menos académico y más de campo de la figura del productor, y el ámbito empresarial. Algunos todavía discutimos si en el sector audiovisual somos empresas o somos románticos; pues bien, vamos a barajar las distintas posibilidades o las distintas sensibilidades. Y para ello está aquí conmigo Pere Roca, que, entre un extenso currículum, destacaría que es profesor del ESCAC, entidad que yo creo es una de las escuelas más importantes de la cinematografía, que está en Barcelona y de la cual los resultados están a la vista: siempre hay nominados a los Goya, todos los años en cortometrajes, y muchos de los que ya han estado nominados han pasado a ser directores de sus primeras películas. Perteneció y estuvo durante bastante tiempo con el director del departamento de desarrollo de Filmax, una de las grandes productoras (no voy a decir ahora lo que representa Filmax dentro de la cinematografía española), y en este momento es director del centro de desarrollo audiovisual de Cataluña, parte importante, muy importante, en el desarrollo de las empresas catalanas. En este aspecto nos puede introducir un poco en lo que está haciendo este centro de desarrollo audiovisual.

Pere Roca, pues, a mi derecha; a mi izquierda, José Vicente García Santamaría, al que debemos felicitar porque desde ayer es profesor de periodismo en la Carlos III, es licenciado en Ciencias de la Información y, de todo el extenso currículum que tiene,

me gustaría resaltar que ha sido colaborador de una revista, que para mí era mítica, que es *Primer Acto*.

Y más a la izquierda, Francisco José Martínez, Kiko Martínez, que es diplomado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Valencia, pero al que conozco como codirector de un cortometraje titulado *La quedada*. Fue director también de un documental sobre Ricardo Tormo, que creo estuvo nominado a los Goya o al menos en la primera preselección de los Goya en el 2004. Y ahora, en esta fase, es uno de los creadores de *Nadie es Perfecto*, que es una empresa de producción de Valencia que ha hecho una *tv movie*, una de las mejores *tv movies* que se han hecho aquí en la Comunidad, y yo creo que en el resto de España, *Omar Martínez*, que ha alcanzado muchísimos premios y creo que está nominada incluso para los premios de la Academia de la Televisión; también ha producido un largometraje que estrenará el 20 de marzo, que se titula *El síndrome de Svenson*.

Vamos a empezar con una pequeña intervención de cada uno y después, incluso en esa pequeña intervención, os invito a que preguntéis o digáis lo que penséis. Empezamos con Pere Roca.

Pere Roca

Buenos días. Para darle un poco de sentido al orden y a la organización de la mesa voy a intentar contestar desde nuestra modesta perspectiva a la pregunta fundacional de esta mesa, es decir, está claro que la actividad profesional en el mundo audiovisual es una actividad empresarial. Y creo que en España más que nunca, y más que nadie, debemos ser muy conscientes de que si no lo tratamos como tal, como un sector industrial más, nuestro recorrido va a ser muy corto y corremos todos el peligro de pasar directamente a los museos, en vez de ganarnos dignamente la vida en una cosa que es otra actividad empresarial más. Y, además, creo que he sido invitado aquí para que de oficio defienda esta postura puesto que trabajo en una cosa que se llama Centro de Desarrollo Audiovisual, que está integrada en otra organización mayor que es el Instituto Catalán de las Industrias Culturales. Por tanto, si yo dijera lo contrario estaría haciendo un flaco favor a lo que es ahora el Centro de Identidad Profesional. Os voy a explicar lo que es el Centro de Desarrollo Audiovisual y a partir de ahí supongo que la aportación al debate quedará clara.

El Centro de Desarrollo Audiovisual está integrado en el ICIC (Instituto Catalán de las Industrias Culturales), lo cual quiere decir que trabaja desde Barcelona, trabaja sobre todo para la industria audiovisual catalana y tiene firmado un convenio de colaboración con el ICAA para que las actividades del Centro se amplíen a toda España. Pero este convenio no está activado porque en este momento se está estudiando de qué forma se implementa.

Nosotros, para explicarlo rápido, pertenecemos al mundo del desarrollo audiovisual, que es una noción casi religiosa porque los que nos dedicamos profesionalmente a

esto intensivamente tenemos la conciencia de que casi estamos fundando una religión. Como todos los fundadores de religiones, no tenemos prisa; estamos ahí para permanecer y ya irán sumándose lentamente o incrementándose poco a poco el número de nuestros adeptos o creyentes. La noción es muy sencilla: cualquier sector industrial necesita centros de investigación y desarrollo y ésta es la actividad que debe llevar a cabo cualquier departamento de desarrollo de cualquier empresa de producción audiovisual. Lo que ocurre es que en España, como en la mayoría de los países de la Unión Europea, los recursos que genera la actividad de producción audiovisual no son suficientes como para que las empresas (el 95% por dar una cifra, no lo tengo contado, pero un importantísimo porcentaje de las empresas que se dedican a esta actividad) generen recursos suficientes para tener en el interior de la compañía un departamento de desarrollo, con todo lo que significa esta expresión en cuanto a actividad profesional.

Desde el ICIC nos planteamos, y conseguimos, la posibilidad de que se fundara este Centro que desde el sector público lo que hace es dar servicios de desarrollo a todas las empresas que quieran utilizarlo. ¿Y en qué consisten nuestros servicios de desarrollo? Nosotros estamos organizados en tres áreas. Antes, perdonadme, quiero decir que nuestros clientes son única y exclusivamente las empresas de producción, nosotros no trabajamos para los creativos, ni para los guionistas, ni para los directores, ni para los estudiosos; trabajamos para los productores, que son los que se nos aproximan si quieren, y acabaremos desarrollando con los creativos, pero nuestro cliente, el que nos marca la actividad, es siempre el productor. Productor de cualquier tamaño y condición.

Otra cosa que quiero decir, porque no os oculto que esta actividad también tiene su lado polémico, y por lo tanto a nosotros nos gusta subrayar una parte de nuestros objetivos, es que nosotros no trabajamos para que los productos sean mejores. Nosotros trabajamos para que los productos sean más coherentes con su objetivo empresarial, y, me explico, trabajamos tanto con una empresa que quiera hacer una película para colocarla por primera vez en el mercado, para ir a un festival, para colocar un talento determinado en un circuito audiovisual, como para una empresa que lo que quiere es ganar muchísimo dinero con aquella película, o para una empresa que a lo que aspira es a ganar mucho dinero pero sobre todo con la distribución en video en Manresa, en Kuala Lumpur, en Burriana o en donde sea. Son tipos de estrategia de producto completamente distintos. Lo único que nosotros pretendemos es que, desde el momento que exista esta decisión empresarial hasta que se presente un proyecto de producción, haya una coherencia en el desarrollo del producto. Lo explico así y tengo mucho interés en que se entienda, ya que otra cosa es la calidad. La calidad es algo que, casi, casi, se añade al final cuando los distintos elementos convergen, pero la calidad depende de la empresa de producción y no de nosotros; nosotros somos un servicio de asesoramiento y consultoría.

Como decía, estamos organizados en tres áreas. La mayor, la más sustancial es, obviamente, el área de contenidos, donde lo que hacemos es dar dos tipos de servicio: uno, el que llamamos de consulta, y otro el de desarrollo. Muy sencillo, la consulta es que cualquier productor nos viene con un guión y nos dice «yo quiero hacer esto; vamos a ver qué opináis, vamos a ver qué opinan un grupo de expertos que vosotros contrataréis para nosotros sobre la coherencia del contenido con la dimensión del presupuesto, con la estrategia de comunicación, con el plan financiero que tenemos pensado, cuáles son las líneas de marketing fuerte para que nosotros podamos escribir teniéndolas en cuenta, etc.». Lo que se hace es un dictamen, después de haber consultado con un grupo de expertos; lo recibe el productor y con ello hace lo que buenamente considere que debe hacer. Si este dictamen es satisfactorio para él, o tiene otros dictámenes pero ha decidido que va a llevar adelante este proyecto, tiene luz verde de producción, nosotros le acompañamos en el desarrollo del guión. Esto quiere decir que nosotros le damos servicio de asesoramiento y consultoría en la reescritura, tantas veces como sea necesario, para que se parezca a lo que quiere hacer. Ponemos a su servicio una serie de tutores, de asesores al *marketing* y de asesores a la financiación, y corremos a cargo de todos los gastos que genera este equipo de consultoría. Por lo tanto, nosotros, en ambos casos, hacemos una aportación de valor a la producción a través de un coste que financiamos. Esto sería el área mayor, el área de contenidos.

Hay dos áreas más: el área de información, en la que lo que pretendemos es facilitar a las empresas de producción acceso a ideas, para decirlo rápido, que molen, es decir, que respondan a lo que está caliente en el mercado, que es lo que la supuesta audiencia a la que el productor pretende alcanzar considera como contenidos de interés. ¿Cómo hacemos esto? Lo hacemos de dos formas, con dos ejes de trabajo, uno con estudios de mercado a través de los cuales vamos entregando a los productores los materiales que lo que pretenden es sacar fotos de los comportamientos de la audiencia en diversas áreas de interés (luego, si queréis, puedo entrar en detalle). Y el segundo eje de trabajo del área de información es la convergencia entre el talento literario y el audiovisual. Hemos creado una cosa que se llama MIDA, que es el Mercado Iberoamericano de Derechos Audiovisuales, que va a tener este año ya la tercera edición en Barcelona, y lo que hacemos es seleccionar un grupo de títulos de literatura iberoamericana que consideramos que tienen una película dentro. Los ponemos a disposición de los productores y, al mismo tiempo, creamos un acontecimiento al que asisten agentes y otros productores con proyectos de adaptación; por lo tanto, ahí se genera un pequeño mercado de contenidos literarios adaptables al audiovisual. Esto es el MIDA.

Y la tercera área de trabajo es la de formación. Lo que pretendemos es no hacer competencia a las escuelas de cine ni a las facultades de comunicación audiovisual, que trabajan con estudiantes que pretenden entrar en este mundo, sino generar aconte-

cimientos de formación con destino a profesionales que están trabajando, profesionales con experiencia pero que puntualmente tienen necesidades de formación alrededor de temas como pueden ser el *marketing*, como puede ser un territorio europeo determinado donde conviene conocer el mercado y sus protagonistas, como puede ser el territorio documental, etc. Hacemos unas jornadas –me parece que en dos años hemos organizado trece–, y en alguna ocasión han levantado un interés especial; entonces lo que hacemos es transformarlas en un taller práctico. Dos ejemplos: en el año 2005 hicimos unas jornadas sobre *marketing* de guerrilla, basadas en una noción muy simple: no podemos enfrentarnos a los grandes ejércitos regulares del audiovisual con estrategias de *marketing* convencionales, pero sí podemos trabajar con profesionales para estudiar de qué forma se pueden crear actividades, actitudes, programas, alrededor de títulos que podríamos llamar de *marketing* guerrillero. Esto obviamente excitó al personal bastante y lo que hemos hecho es crear un taller de *marketing* de guerrilla en el que productores con proyectos que pueden querer trabajar esto vienen y trabajan con nuestros expertos.

Otro ejemplo de lo mismo, y quiero mencionarlo porque es algo en lo que nosotros estamos invirtiendo muchísima energía porque creemos que es un producto de muchísimo interés, son los contenidos para telefonía móvil. Hicimos una jornada en el 2006 que fue muy bien, generamos un taller para el desarrollo de contenidos para telefonía móvil, siempre de proyectos de narrativa audiovisual, y el día 16, en Barcelona, al día siguiente de la clausura de ese gran congreso mundial que es el 3GSM, hay un mercado de contenidos para telefonía móvil en el que ocho proyectos, seleccionados por nosotros después de ese túnel de lavado –porque hubiésemos hecho pasar unos cuantos más–, se presentan ante un conjunto de potenciales socios, coproductores, inversores, operadores de telefonía, etc. Entendemos que esto es un territorio de complemento para el negocio de los productores audiovisuales, pero, además, también es un territorio en el que productos de cine o televisión ya existentes pueden encontrar apoyo de *marketing*, contenidos derivados, ampliación de negocio, etc.

No sé si esto más o menos es un retrato suficiente de lo que nosotros hacemos; no quiero ocultaros que una actividad como ésta también genera polémica; luego podemos debatir qué clase de polémica. Estamos ahí hace dos años. Hay que decir que el incremento de consultas hasta ahora ha sido de un 20% anual, en los mercados de literatura se han vendido de tres a cuatro libros cada año sobre quince o veinte que se han seleccionado, y no nos va mal.

Xavier Crespo

Bueno, creo que hay muchas preguntas (yo ya tengo unas cuantas), porque supongo que sí que es muy interesante el trabajo que se ha hecho, como dice Pere, en estos dos años. Es una de las instituciones a imitar, con todas las polémicas que evidentemente

existen, pero bueno, si una prueba es que los productores las utilizan y la utilización de un 20%, de un 30%, donde no se tiene ninguna experiencia en este tipo de proyectos sí que me parece interesante. Hemos visto la parte un poco de la institución entrelazada con lo que es la industria.

Vamos a pasar a José Vicente García Santamaría, que nos va a dar otra visión de este título de la mesa.

526

José Vicente García Santamaría

En primer lugar quisiera hacer una apostilla a una parte de mi currículum. Durante mucho tiempo he sido consultor en comunicación, *marketing* estratégico, para diferentes empresas españolas, algunas de ellas entre las que están cotizadas en el IBEX; también he trabajado diez años con una multinacional y en el plano cultural también para la SGAE, la FAPAE y SOGECABLE. Quiero decir que esto me parece pertinente para lo que voy a exponer a continuación. Lo que quiero es plantear hoy algunos retos que en mi opinión va a tener la producción española y también la producción mundial en los próximos meses y en los años venideros, y, además, espero que esta intervención sirva para animar un poco el debate que se va a producir entre los miembros de esta mesa y entre toda la gente que está asistiendo aquí a este acto.

Creo que, en primer lugar, cometeríamos un grave error si hablásemos del subsector del productor de una forma aislada, como una parte más de la industria del cine que tiene vida propia y que trabaja al margen del resto de industria de la vida económica española y mundial. Tampoco quisiera cometer el error de hablar de la producción en términos bastante extremos, o al menos apocalípticos, porque son visiones que a veces nos impiden ver con claridad los problemas a los que nos enfrentamos, ni caer, por supuesto, en el tópico de aludir a la marginalidad de este subsector en términos estrictamente económicos y hasta sociales, o definirlo como un sector meramente artesanal porque no es cierto; en su conjunto puede ser que sea un sector algo artesanal, pero las empresas que sobresalen son las demás. Es un sector que, además, en muchos casos, opera solamente para la realización de factor productivo específico, del que se dispone en algunos casos un actor, en otros casos un director y no, como sería normal, por unos criterios que tuvieran más que ver con el mercado, como se hace en otros países.

Quisiera señalar algunos rasgos de interés que al menos en mi opinión lo definen y lo acotan. En primer lugar, es el único sector en España hoy día —en otros países quizás también— claramente subsidiado, junto con las televisiones públicas autonómicas y parte del sector primario español, es decir, la agricultura y la minería. Sabemos que poco a poco y de forma gradual los diferentes gobiernos de este país, al menos desde la llegada de la democracia, han ido introduciendo factores de competencia; estos factores a veces se han introducido de forma brusca, desordenada y hasta disparatada, pero lo han hecho en todos los sectores de la actividad y no así en la industria del cine

y en la televisión. El carácter de sector subsidiario que ha tenido siempre la industria del cine lo ha llevado a que exista una inflación clara de costes y que hoy día, en mi opinión al menos, no permita realizar productos competitivos. Es decir, existen graves asimetrías entre el salario medio del sector y productividad, y me voy a explicar: de los tres subsectores de la industria, el salario medio de un trabajador de la producción es hoy día, con datos de 2005, superior a los 26.000 euros, mientras que la productividad de este sector de producción se encuentra ligeramente por encima de los 30.000 euros. Si tenemos en cuenta que en el año 2005 la productividad media en España fue de unos 45.600 euros por trabajador, con 23.000 euros de salario medio bruto, veremos la distancia que separa a los trabajadores de la producción de los trabajadores de otros sectores. Esto por lo que respecta a la producción. Si nos vamos a la distribución cinematográfica, vemos que la productividad en el sector de la distribución es tres veces superior al de la producción, cuando el salario medio es solamente un 20% superior. Y con respecto a la exhibición, que, como cualquiera puede suponer no exige una mano de obra muy cualificada, la productividad es un poco menor que la de la producción y, por supuesto, mucho menor que la de la distribución, pero los salarios son mucho más bajos que los de la distribución. ¿Qué quiero decir con esto? Lo que ocurre es que las empresas de producción, salvo algunas que puedan hacer contrariedades denominadas creativas, se encuentran con un excedente tan bajo que les impide afrontar otras producciones y capitalizarse e incluso, lo que es más grave, al menos en mi opinión, plantearse producciones de menor riesgo económico. ¿A qué conduce todo esto? Nos lleva a que los empresarios del sector concentren cada vez más sus inversiones en unos pocos productos y dejen de hacer más películas.

¿Qué otros problemas tiene el sector de la producción en estos momentos? Creo que hay otro fundamental, que es que el público, los ciudadanos, exigen hoy día mayor transparencia en la concesión y difusión de unas ayudas, que a mi entender no son abundantes, son exiguas, a la industria del cine español y a las televisiones, puesto que este tipo de ayudas no provienen del cielo sino que provienen de los impuestos que pagan todos los ciudadanos, es decir, como decía un reconocido economista, el Estado jamás presta o da algo a los ciudadanos que no haya obtenido previamente de ellos mismos. Por tanto, con este punto de partida, a mí al menos me resulta imposible entrever en el sector de la producción española alguna voluntad de cambio y también me resulta imposible entrever el más mínimo atisbo de lo que puede llamarse un plan de negocio para el cine español y, ante este panorama, hay además una serie de retos que de no afrontarse debidamente creo que pueden llevar a una debacle rápida del mundo de la producción. Voy a enumerar muy rápidamente, para no aburrirlos, estos retos que para mí son los siguientes:

En primer lugar, las políticas locales de cada país —me refiero con políticas locales a la legislación cinematográfica y a las ayudas al sector—, cada vez tendrán menos peso y

se tendrá que unificar toda la legislación y ayudas de la Unión Europea, para que no haya disparidades entre unos países y otros, lo mismo que se va a tender a unificar otro tipo de legislación.

En segundo lugar, desengañense los que crean que las televisiones van a venir en ayuda del cine español; las federaciones y asociaciones de televisión privada ya han dicho que se oponen ferozmente a la elevación del 5 al 6% de producción propia española.

528

En tercer lugar, las políticas de alianzas dentro y fuera de la industria van a cobrar cada vez más peso. Las innovaciones tecnológicas, a las que se ha aludido aquí anteriormente, tanto las de formato digital como la generación de contenidos para móviles u otras análogas, van a ofrecer muchas posibilidades en el futuro, pero hay que estar preparado y capitalizado para ello.

En cuarto lugar, las ventanas de exhibición van a afectar muy seriamente a la producción y, de hecho, estamos viendo ejemplos todos los días. Va a ser pronto verdad que no se necesite de forma imperiosa estrenar un film en cine para que pueda ser comercializado con más éxito en televisión y en DVD. Y no hay nada más que ver algunos antecedentes que han acaecido en los últimos meses, por ejemplo las declaraciones que efectuó hace muy poco tiempo en su visita a España el presidente de la Universal anunciando próximos estrenos simultáneos en cine y DVD. Ayer mismo se podía leer, al menos en un periódico económico, que una empresa multinacional va a comercializar DVDs con respaldo de los estudios y le va a hacer además la competencia a Apple, a la i-tunes de Apple. Por tanto, puede que haya que pensar en producir de forma más barata, eso sí, para distribuir solamente en DVD y en las televisiones y olvidarse del estreno en salas.

Por último, después de un par de años dedicado al estudio de la exhibición, creo que se ha producido una fuerte ruptura entre la distribución y la exhibición, lo que va a ser el fin de eso que apenas existía en España, pese a lo que proclaman algunos historiadores de cine, que es la interacción vertical entre producción, distribución y exhibición. Sí ha habido y hay interacción vertical entre producción y distribución, pero, salvo casos muy contados, como pueden ser el de Filmax, el de Cifesa o el de los Cines Renoir, esa interacción no existe hoy día.

Decía que lo que será el fin del modo de entender la exhibición es que los cines, hasta el momento, como saben ustedes, se surten de una única materia prima, lo que son los largometrajes, ya sean de ficción o no, que permiten al sector de la distribución imponer de forma abusiva unos altos porcentajes sobre la recaudación bruta de taquilla. Estos porcentajes suelen oscilar entre las dos primeras semanas en un 60% sobre la recaudación bruta de taquilla. Como ahora los dueños de los cines ya no son las pequeñas empresas familiares de antes, sino que en muchos casos son sociedades de capital riesgo, promotoras inmobiliarias incluso, las *majors*; se supone que estas empresas tratarán cada vez más de incrementar sus ingresos por todas las vías posibles

para poder amortizar las costosas inversiones que están llevando a cabo. Para poner un ejemplo, hoy un arrendamiento mensual de cualquier multiplex ubicado o bien en Madrid o en Barcelona o bien en una provincia importante española, está costando alrededor de 400.000 euros mensuales, a lo que hay que sumarle los gastos de comunidad. A partir de ahí, echen ustedes cuentas.

Y, por último, quería decir una cosa: muchos piensan todavía en la producción española y en el cine español, como en la época del ministro Semprún, que el hecho de entrar el cine español en el mercado puede provocar su muerte o bien la de lo que algunos califican como cine español de calidad, sobre lo que habría mucho que discutir. Y piensan que eso llevaría, como ha dicho un eximio productor de cine español, a que hubiera que realizar las películas en función de potenciales espectadores y no como ahora se realizan en función de no se sabe qué criterios. Lo que quiero decir es que esto son, a mi entender, algunos apuntes sobre la situación actual de la producción, y el problema más grave y que carece de toda lógica económica, es que algunos de nuestros productores y más de un director de cine, tienen opiniones empresariales y opiniones económicas que no difieren mucho de aquella mentalidad intendente que tenía el dictador Franco, que no se le ocurría otra cosa cuando puso en marcha el plan de desarrollo y solamente le dio dos preclaras consignas a su equipo económico: uno, que no hubiera paro, y, dos, que no subieran los impuestos. Así que, sin más, quedo a su disposición y a la de los compañeros de mesa para comentar cualquier tema.

Xavier Crespo

Bueno, y ahora Kiko nos va a dar, me imagino, otra visión del director-productor. Esta visión que antes también en otra de las ponencias ha sido un poco reseñada y discutida.

Francisco José Martínez

Ante el enunciado de la mesa redonda, entre arte e industria, yo no me quiero deprimir tampoco, después de los comentarios y las reflexiones que a veces hacen que cunda un poco el pánico cuando vemos los datos de taquilla y vemos cómo está respondiendo el cine, y que nos encontramos con una realidad que es que las salas de cine cada vez son más pequeñas y los televisores son más grandes, y cada vez la gente va menos a la sala. Esto es una realidad, creo que es algo que nos obliga a replantearnos a los productores distintas formas de comercializar los productos, diferentes formas de financiarlos y nos obliga a estar muy alerta frente a los nuevos cambios que se están produciendo.

A mí no me gustaría ser demasiado pesimista o tremendista ante esta situación. Creo que cuando la aparición de la televisión también parecía que se acababa la radio; digamos que estamos en constante evolución y es bueno que estemos todos despiertos

ante los cambios que se avecinan. Lo que ocurre es que, desde mi humilde punto de vista, cada productor tiene su visión, pero yo creo que siendo unas industrias culturales como somos hay que potenciar las iniciativas y por eso doy la enhorabuena a lo que hacéis en Cataluña y ojalá en la Comunidad Valenciana tuviéramos algo parecido, porque mucho de lo que tú estás comentando tenemos que hacerlo los propios productores, inventándonos soluciones para realizarlo, con pequeños estudios de mercado o analizando los guiones o viendo cuál es el mejor contenido. Pero realmente creo que estamos en un momento en el que no es clara la principal motivación del productor, y yo reivindicaría un poco la pasión, porque viendo los números que se desprenden en el mundo en el que estamos viviendo, creo que si no fuera por la pasión... Reivindicaría un poco la función del productor creativo, porque creo que cada vez más desde la producción independiente tiene que reafirmarse la visión de la producción de esta manera. Descontando las excepciones de los grandes grupos, como los Mediapro, Filmax, etc., el resto de productores o el resto del cine que se hace en este país, creo que se hace en condiciones muy precarias, con muchas dificultades, cada día, para que las televisiones nos compren nuestros productos; tenemos dificultades para poderlos financiar y yo creo que, si no fuera por la pasión que muchas veces los productores podemos tener, sería casi imposible plantearnos esto de un forma sensata. No me gustaría tampoco extenderme mucho más, me gustaría establecer un debate alrededor de todo esto.

TURNO DE PREGUNTAS

Xavier Crespo

Pues yo creo que queda abierto este debate a las preguntas que vosotras o vosotros queráis sugerir. A ver a quién le apetece intervenir.

Pregunta 1

¿Qué opina la mesa sobre la política de subvenciones al audiovisual, tanto en España como en las Comunidades Autónomas, y consideran que para que se desarrolle el audiovisual como una verdadera industria generadora de riqueza debería modificarse el actual sistema?

Francisco José Martínez

Yo creo que realmente una de las carencias que encontramos a la hora de hacer una película –no sé hasta qué punto las subvenciones están bien o mal– es en cuanto a la distribución. Cada día se ve como más importante que existiera alguna ayuda a la distribución de las películas porque realmente es el auténtico problema que tenemos, más que cómo está diseñado el sistema de ayudas a la producción. Ésa es mi opinión al respecto.

José Vicente García Santamaría

Yo lo que creo es que es un tema complejo, pero que no es una cuestión de subvenciones; quiero decir, dentro de los Presupuestos Generales del Estado las subvenciones al cine, como toda la gente sabe, son muy pequeñas; en fin, es una parte muy pequeña. No es un problema de subvenciones, sino de cómo se consiguen esas subvenciones, qué tipo de interacción hay entre legislación y subvención, cómo condicionan las subvenciones a la realización de películas, qué modelo de negocio tenemos que hacer porque, por muchas subvenciones que demos, si no queremos industria es imposible sacar adelante el cine español. Entonces el problema es que no hay empresas fuertes, no hay empresas capitalizadas. ¿Por qué? Pues porque quizás el Ministerio tampoco esté ayudando nada en este sentido.

Pere Roca

Creo adivinar en esta pregunta: ¿hay que hacer cine con subvenciones o sin subvenciones? Yo creo que en España, en Europa, tiene que haber subvenciones, tiene que haber ayudas públicas a la cultura, porque ni la economía española o europea de cada país, ni siquiera la sociedad civil, mira lo que te digo, resistiría la desaparición de la industria audiovisual propia. El imaginario colectivo no lo resistiría, sencillamente, es decir, permíteme la caricatura, la gente saldría a la calle porque se quiere ver en las pantallas. La suerte que tenemos los que en vez de ser ingenieros de caminos, canales y puertos decidimos dedicarnos a esto, es que la sociedad nos necesita, aunque a veces piense que no nos necesita. Ahora lo que sí hay que hacer, desde ambos lados de la mesa, es decir, desde el productor y desde el organismo que concede la subvención, es vigilar continuamente que no haya perversión del mecanismo. ¿Qué quiero decir con esto? Desde el punto de vista de la administración, ésta no se puede convertir en una repartidora en función del *establishment* cinematográfico de cada momento; tiene que ir en la dirección opuesta, tiene que montar sistemas de ayuda pública que realmente hagan crecer en calidad y en cantidad a la industria. Y te tengo que decir que yo, que vengo del privado, en dos años que estoy en el ICIC he visto hacer este trabajo con muchísima seriedad. Estamos abiertos a la polémica, al debate y a la mejora, pero he tenido la suerte de trabajar en un organismo donde esto se ha planteado con muchísima seriedad y ha habido resultados, y luego podemos mencionarlos. En segundo lugar, creo que también quien concede la subvención tiene que tener muy en cuenta quién está, como he dicho, al otro lado de la mesa y, sobre todo, saber que no se puede hablar de algo como es el imaginario colectivo y luego abandonarlo a su suerte. Me explico: en España hay un servicio de ayudas públicas que prima el éxito, ¿correcto? Vamos a Cataluña. Cataluña en los últimos años creo poder decir que tiene una ligera imagen de marca del audiovisual que se produce desde allí, que hace películas muy raras, ¿verdad? Documentales, *Honor de caballería*, películas muy raras, pero películas que tienen su público, y este público no está en las salas, este

público está en los festivales, está en actos culturales, está... y probablemente hay que montar los mecanismos para que siga estando, está en Internet, para que te puedas bajar en tu casa, solo, tranquilamente, cuando quieras, aquel documental que se llama *El cielo gira* y que es tan raro, y que no puedes ir a la sala porque te duermes, porque es un rollo en la sala, pero en tu casa no, con tus amigos no lo es.

Entonces, no podemos dejar de intentar desde las administraciones, o los que estén en las administraciones, que ese imaginario colectivo se cuantifique cada vez mejor. Dicho de otra forma, ¿por qué no contamos también, cuando subvencionamos en función de los espectadores, a los espectadores que van a ver esas películas tan raras a los festivales? Muchas veces hay más espectadores que ven estas películas en los festivales que en las salas, y la incidencia sobre el imaginario colectivo sigue siendo la misma.

Por lo tanto, la subvención tiene que permanecer, pero tiene que estar muy bien trabajada, y no puede ser una repartidora; y desde el otro lado lo mismo, es decir, lo que no puede haber es el cobrador del frac que cada año va allá a ver qué hay de lo suyo y que sabe que automáticamente le toca. Pero las subvenciones tienen que existir.

Pregunta 2 (a Pere Roca)

¿Cómo actuáis cuando tenéis entre manos un producto que es de alta calidad pero que sabéis que en sala no va a tener mucha acogida?

Pere Roca

Cuando nosotros nos encontramos con un productor que nos viene con un proyecto que tiene mucho interés cultural y una audiencia mínima, que podríamos llamar minoritaria, lo único que hacemos es decirle: «oye, ¿estamos hablando de esto, verdad?», porque es muy importante darse cuenta de que nosotros, desde el centro, como desde cualquier departamento de desarrollo, no hacemos otra cosa que inyectar tiempo y sentido común donde los pobres productores muchas veces no se lo pueden permitir, porque tienen desgraciadamente, debido al tamaño de sus empresas, urgencias y prioridades que no les permiten el relajo y el lujo de trabajar las cosas con tiempo.

Nosotros no somos ni mejores que nadie, ni sabemos más que nadie, sino que nos pagan por inyectar tiempo en los procesos. Dicho esto, te diría algo que a nosotros también nos gusta recordar: es que el audiovisual es como el fútbol, hay que saber en qué división juegas. Nosotros probablemente jugamos en segunda división, y algunos en tercera; y en segunda división el delantero centro es el hijo del alcalde, no forzosamente el mejor, no hay derechos de televisión, el árbitro llega tarde... Hay una serie de contextos y de componentes que te obligan a dimensionar extraordinariamente bien lo que tienes entre manos. Por lo tanto, lo único que le pedimos a esta persona es que piense si tiene una audiencia y mínimamente puede atreverse a cuantificarla, una inmensa minoría, si existe, y, si existe, dónde está.

Si esto le crea la posibilidad de dibujar un itinerario comercial suficiente, a partir de ahí, que dimensione la película, es decir, hay Goyas que se han dado a películas que han costado 300.000 euros, bueno, pues si puedes hacer una película que va a ver alguien, dimensionala en función de lo que tú sabes que se puede llegar a ver, y sobre todo diseña una campaña de comunicación que sitúe al producto en una buena dirección.

También es verdad que hay veces en las que recibes un producto en el que dices: «mire usted, yo no lo haría», pero la decisión es del productor. ¿Por qué no lo harías? No porque no haya audiencia, sino porque no comunica nada, que es distinto.

Pregunta 3 (a José Vicente García Santamaría)

¿Cuáles serían, a su modo de ver, de manera sintética, las políticas, desde un punto de vista normativo no sólo en España, sino hablando de la armonización europea; hacia donde van a tender?

José Vicente García Santamaría

No soy especialista en derecho, por lo tanto no puedo hacer un análisis comparativo de las diferentes normas, pero sí voy a decir algo que es de sentido común. Yo creo que el primer paso para crear una industria europea es unificar ciertos criterios, y entre esos criterios están los de financiación a los diferentes cines. ¿Por qué? Pues porque cada vez más se coproduce entre unos países y otros; entonces lo lógico es que esa legislación tienda a unificarse porque todo el territorio, aunque no lo creamos, es Unión Europea y vamos a ir a eso en muy poquito tiempo.

También hay otra serie de cuestiones que son muy importantes. Por ejemplo, la interacción que tendría que haber entre producción, distribución y exhibición.

Decía Enrique González el otro día que estos tres grupos caminan separados, y no es posible hacer nada si no hay diálogo y no hay entendimiento entre ellos, porque podemos producir de forma muy exitosa, distribuir de forma muy calamitosa y exhibir todavía mucho peor. Entonces tiene que haber criterios, además legislativos, que permitan interaccionar a estos tres sectores.

En este sentido hay algunos países que caminan muy por delante de otros, a mi entender Francia y Gran Bretaña, que ya están curados de todo espanto y, por ejemplo, en cuanto a distribución y exhibición, ya están creando circuitos rurales para no perder a toda esa masa de gente que sólo tiene acceso en otros países a los *multiplexes*. Es decir, un *multiplex* se instala en poblaciones superiores, sobre los 80.000 o 100.000 habitantes, eso significa que sobre todo las pequeñas poblaciones, que tienen por debajo de 20.000 o 30.000, y no tienen ninguna gran población al lado, son privadas del cine.

Otro ejemplo más: en Gran Bretaña, como ya los *multiplexes* están instalados desde hace mucho tiempo, están haciendo justo lo contrario que en Madrid; están devol-

viendo los pequeños cines de ciudad a la ciudad, porque, al igual que los franceses, piensan que un gran cine dentro de una ciudad no es un cine, es una unidad de negocio, no una unidad de convivencia, y una unidad de entendimiento, es decir, ese cine es la librería que está al lado, es la cafetería, etc. Es un centro de reunión de gente. Entonces, al contrario de lo que está haciendo el Ayuntamiento de Madrid, ellos lo que están promoviendo es, o bien ayudas, o rebajas impositivas para que esos cines, o minicines, puedan quedar ubicados en el centro de la ciudad. ¿Qué hacemos en Madrid? Pues en Madrid una ley del anterior alcalde ha permitido el cambio de uso de todos los cines del centro histórico a comercios, respetando mínimos elementos como las fachadas y en algunos casos las plateas, pero lo que ha ocurrido ha sido la desaparición de los famosos palacios del cine de los años veinte. Entre ellos, el último que va a desaparecer es el cine Avenida, por cierto propiedad de la familia Bautista Soler, que ha hecho una buena campaña de *lobby* para promover ese cambio de uso; quiero decir, en esos terrenos sí que debe haber una unificación o unos criterios comunes a todos, igual que los que tiene que haber en cuanto a la reconversión digital, que no sólo va a afectar a España, o a Italia, o a Alemania, sino a toda Europa y de forma muy diversa, tanto a la producción, como a la distribución, como a la exhibición directamente; entonces creo que ya es hora de que se ponga en común cierto pensamiento y se vayan unificando criterios que digan de forma expresa qué tipos de sectores o qué tipo de directores o qué tipo de productos tienen que recibir más ayudas que otros, pero que haya unos criterios donde eso quede muy claro, porque el territorio de la Unión Europea, aunque no lo creamos, es uno y va a ser uno.

Pere Roca

Si me permitís, puedo hacer algunas observaciones por la experiencia que tenemos los que nos dedicamos a esto, que tenemos que conseguir esa fuente de financiación. Aquí le estáis dando mucha importancia a la subvención, pero la subvención, como ya hemos comentado, es una parte mínima, ínfima, del coste de una producción. Una producción de dos millones y medio de euros, una producción media, como ha comentado Jorge, puede conseguir una subvención de alrededor de 300.000 euros, o sea, que quedaría una parte importante por concretar.

Después el otro inconveniente que nos encontramos nosotros, que sí que es verdad que coproducimos, sí es verdad que encontramos dentro del Estado español muchas autonomías que de alguna forma potencian y fomentan esa coproducción, pero nos encontramos con otro problema añadido, y es que esta coproducción también comporta –y me imagino que a nivel europeo va a seguir siendo igual– la intervención de elementos de esas otras comunidades dentro del contexto. Entonces va a ser muy difícil, muy difícil, incluso hay experiencias desde mi punto de vista nefastas y bastante negativas, encontrarnos una coproducción europea en la que estamos en el rodaje, y la versión original no existe porque hay actores en italiano, actores en francés, actores

en español, actores en alemán, y al final tienes que acabar prescindiendo de la versión original de la película e intentar doblarla a los distintos idiomas, lo que comporta de alguna manera (para los que pensamos que la versión original es importante) un detrimento en la calidad del producto. Otra cosa que también creo que es muy importante de cara a esta amalgama de cine europeo y cine americano es que una de las industrias a imitar es la francesa, sobre todo porque creo que si el cine americano no está implantado lo suficiente en Europa es un poco por la postura que ha mantenido siempre el Gobierno francés en los acuerdos marco de la Comunidad Económica Europea con Estados Unidos. En los Estados Unidos siempre habían considerado el tema industrial –y por eso antes había abierto esa laguna de que el cine es una industria– y la excepción que ha practicado Francia es que sí que es una industria, pero de interés cultural, y eso es distinto; el tratamiento es distinto.

Cuando los americanos van a negociar con cualquiera de los gobiernos extranjeros, van con una industria de cine que es la tercera o la cuarta en ingresos del conjunto de la industria norteamericana. Nosotros no tenemos ninguna presencia, en ningún acuerdo marco de ningún país, de España con ningún otro país; el cine tiene poca relevancia, y eso también es una manera de poder perder a la hora del tipo de negociación.

Yo creo en un cine europeo, pero también creo en un cine universal. Nosotros no hacemos un cine para España; nuestra idea, dentro de lo que sabemos o podemos, es elegir guiones que se puedan ver en todo el mundo; el problema es que difícilmente los puedes ver en España, porque tienes luego la distribución y la exhibición muy colapsadas por lo que anteriormente hemos mencionado de las salas y es impensable que una gran producción americana salga con 700 u 800 copias, ya 300 me parece una barbaridad. Lo que pasa es que cuando vas a meter tus producciones, que evidentemente están hechas con más modestia de medios, no de creación (o al menos eso considero yo), te encuentras con muchísimas dificultades, no sólo para que las proyecten, sino para que las personas que más tarde tienen que decidir si luego eso se distribuye o no se distribuye las vean. Eso es un inconveniente difícil de evitar en este momento.

También haría una observación, y es que cuando me llega un guión, o le llega a Pere, un guión como *Solas*, ¿como lo tratas?, ¿en su momento qué era?, ¿era un guión que interesaba? Quiero decir que hay guiones que es verdad que son para minorías, pero esas minorías también importan. Es decir, a *Solas*, ¿cómo la tratarían las distribuidoras? ¿Es un proyecto popular? Y después, cuando se estrena y la gente lo ve, pues, es lo que es. Eso es una reflexión que a nosotros cuando nos llegan guiones no nos deja de preocupar.

Realmente cuando estás valorando algo lo estás haciendo en función de muchos condicionantes que tienen una difícil valoración. Mira, si el director es Amenábar, ¿va a funcionar? Pues sí, es posible, pero ¿y si es Juanma Bajo Ulloa? ¿Va a funcionar? *Airbag* sí, pero ¿y las anteriores? *Alas de mariposa* sí, ¿y la segunda en la que puso él todo el dinero? Pues no funcionó.

Lo que quiero decir es que los parámetros para valorar todo eso son muy complicados porque son muy heterogéneos. Cada uno piensa una cosa; cuando sales del cine unos piensan que la película ha sido muy buena y otros que ha sido muy mala. Es una cosa tan simple como eso.

Pregunta 4

536

Primero haré unas reflexiones y luego una pregunta más concreta.

Se está hablando de subvenciones y evidentemente las subvenciones son lo que son, pero habrá que plantearse si de esas subvenciones, por pocas que sean realmente, los productos pueden salir adelante y es cierto que a través de la política de subvenciones se están proponiendo modelos industriales y sobre todo modelos expresivos de productos audiovisuales.

Es preciso hablar del modelo expreso de producto audiovisual si queremos hacer un tipo de producto que cale, que cale, bien entendido, como que el público, los espectadores, no son un segmento homogéneo, sino que está parcelado por intereses, expectativas, experiencias personales, profesionales, incluso nacionales, lo cual lleva a plantearse una película o un producto audiovisual. Esto me lleva a lo que plantea Roca; me parece fascinante que haya un órgano privado que se dedique a hacer lo que hace...

[Interviene Pere Roca: «público, público».]

Sí, público, me parece fascinante, me parece muy interesante lo que dice respecto a la caracterización global de la producción actual catalana, bueno para ser más precisos barcelonesa, pero no vamos a entrar ahora en quisquilleces de éstas, porque quizá lo que cabría postular es si no existe por lo menos desde los años treinta, si no antes, un modelo barcelonés de producción, y que eso se ha ido manteniendo pese a todo, pese a los incendios de los estudios Orfea, etc. Es un tipo de modelo bastante económico, muy ajustado (vale, es la pela catalana), pero muy ajustado a la realidad económica industrial que hay y que lo que está intentando es hacer un producto ajustado con la capacidad de absorción del mercado, no sólo catalán sino español en sí. Y si además se exporta a México, pues miel sobre hojuelas.

Esto ha llevado históricamente a que desde Barcelona, desde las casas de producción y desde los estudios de Barcelona salgan películas absolutamente insólitas y bastante rompedoras. No es que no las haya habido en Madrid, pero cabría recordar que uno de los cineastas más rupturistas y experimentales lo hizo con una productora ubicada en Barcelona, y cuando digo ubicada en Barcelona, digo ubicada en Barcelona, no una productora barcelonesa, porque esto nos llevaría a ver si las productoras son empresas, pero quien las financia... si son del mismo sitio... esto es una cosa complicada de la cual muchas veces no se habla, es decir, lo de la financiación de la producción es bastante misterioso.

Esto claramente nos lleva una vez más a lo que decía del modelo. Qué tipo de modelo-producto audiovisual estamos proponiendo. No estamos proponiendo nin-

guno, no se debate sobre esto, sobre esto no se habla, hay una serie de películas y cada cual que saque sus propias conclusiones. A unos les puede parecer *Honor de Caballería* una película muy moderna y a otros un disparate. Esto me parece muy sano sobre todo si su diseño industrial lleva a que amortice y no se pierda dinero, pero también es cierto que —como planteaba el productor valenciano que tengo delante— se están haciendo películas en coproducción con otras autonomías y que llega un momento, sobre todo en lo que se llama *europuding*, en que no sabes cuál es la versión original, pero yo me planteo, en una coproducción, cuál es la versión original, porque en una coproducción hay seis o siete versiones originales, todas originales, con lo cual la cosa se lía.

Digo esto como elementos de reflexión que seguro que no le interesan a nadie como casi nada de lo que decimos los que estamos aquí reunidos. Yo creo honradamente que no le interesa a nadie salvo como pretexto para llevarse un par de créditos e irse acercando cada vez más al desastre final de ¿qué haré cuando sea mayor? Yo también me lo estoy preguntando y soy bastante mayor, y la pregunta que quiero hacer es la siguiente: Los miembros de la mesa han hablado de productores independientes. Como estamos hablando de producción, pues quizás alguien, concernido directamente, me pueda explicar qué es un productor independiente, y por el contrario, qué es un productor dependiente.

Pere Roca

Voy a intentar no contestar a tu pregunta, aunque me parece que al final, por la eficacia del debate, voy a intentarlo y seguramente fracasaré. Tengo que agradecerte la primera parte de la intervención, no porque hayas hablado bastante de lo que se hace en Barcelona, sino que me da pie a una cosa en la que me estaba quedando colgadillo y que quería decir y no sabía cuándo, y es que aquí he visto, y he reconocido a algunos antiguos alumnos que han pasado por algunas de las clases que les he perpetrado, y los veo bien, quiero decir que tienen buena cara, y se dedican a esto, y están aquí y les he saludado y están como alimentados.

Quiero decir que esto va bien, no quisiera que de aquí saliera con mal ánimo —y creo que es un trabajo casi, casi de responsabilidad social que nosotros debemos llevar a cabo. El mensaje nunca puede ser pesimista porque, además, no lo es; el cine norteamericano, la industria norteamericana se basa en fracasos, queridos colegas: no en la acumulación de éxitos, lo que pasa es que por definición nosotros los fracasos no los vemos, pero ellos fracasan con mucha más dedicación y contundencia que nosotros, lo que ocurre es que aquí nos llegan los éxitos. Por otro lado, no hay que olvidarse de en qué división jugamos.

Lo que no se puede pretender es jugar a Spielberg desde Valencia, o desde Barcelona, o desde Murcia, porque no hay mimbres para hacerlo; por lo tanto, hay que saber en qué división juegas.

Por lo tanto, lo que hace Barcelona es una cosa, que ya a toro pasado dijo Berlanga en un artículo hace unos cuantos años, muy bueno, en el que de alguna forma explicaba la *nouvelle vague* y su generación cinematográfica española, no como un concepto ganador desde el principio, sino como un ingenioso, o una ingeniosa salida a una situación inicial determinada, que es que después de la II Guerra Mundial los estudios europeos se van al carajo, y los que quieren hacer cine tienen que hacer el cine que pueden hacer. Por lo tanto, salen a la calle con la cámara, cruzan los dedos, rezan, y empiezan a hacer películas. Y probablemente ahí se explica la *nouvelle vague*, se explica mucho cine que se hizo en España, etc.

Entonces, que en Barcelona se haga un cine de determinada manera, es porque Barcelona es, no la primera, la segunda fábrica industrial española que recurre a los recursos que puede recurrir; los hay que salen con brillantez e ingenio, y hay otros muchos que hacen productos patéticos. Los que nos llegan a todos son los ingeniosos y los mínimamente interesantes. En cualquier otra comunidad, que gracias a Dios están recuperando el derecho a hacer sus propias producciones, va a acabar pasando lo mismo, y no nos olvidemos de que, a pesar de que tiene un lado malo, en España cada vez se hacen más películas. Muy pocas de ellas son éxitos, pero la industria sigue existiendo.

Por lo tanto, yo creo que esto hay que leerlo, el que quiera —el que quiera leerlo en plan depresivo puede—, pero hay que leerlo en clave optimista; a pesar de todo, aquí estamos reunidos hablando de esto y cada año se hacen más películas. ¿Que muchas de ellas no las verá nadie? Probablemente, pero sirven para crear un caldo de cultivo para que haya una cuota de cine español que va creciendo como media.

El que me quiera discutir me puede discutir y seguramente podríamos estar hablando tres días sin ponernos de acuerdo, pero la cuota del cine español no está mal para lo que es España y sus circunstancias.

¿Qué es un productor independiente? Algunos hacen la broma de que es el más dependiente de todos. Pues es verdad.

Un productor independiente es alguien que no tiene su empresa capitalizada mayoritariamente por un grupo audiovisual —aquí hay gente que está mucho más capacitada que yo para dar una definición canónica—, pero un productor independiente es un señor que se tiene que ganar la vida cada día que levanta la persiana de su compañía, sencillamente porque no está capitalizado por grandes medios de comunicación o, sobre todo, por cadenas de televisión.

Ahora bien, hay empresas —que podríamos dar su nombre— en este momento en España que son aparentemente productores independientes, pero que poseen propiedades de cadenas de televisión.

En este momento el debate está abierto y podríamos discutir casos uno a uno, pero en general el productor independiente existe en España, y es el que no está participado, como dije anteriormente, por una cadena de televisión o un grupo de comu-

nicación. Pero el dolor y la dificultad no se la quita nadie; por tanto, se merece el heroico sello de independiente y no se lo debemos retirar.

No sé si con esto te he contestado...

Francisco José Martínez

De todas formas, en el borrador del Ministerio de Cultura la nueva ley ya recoge un poco la definición del productor independiente; ahora no la recuerdo exactamente pero sí que dice que no sea dominado por un gran grupo; si factura más de un 80% con un solo canal ya no se considera productor independiente.

Digamos que la ley ya trata de separar eso como para proteger un poco la figura del productor independiente de una forma legal, que siempre ha sido una lucha desde la asociación de productores para que en el cine las cadenas de televisión no lo hagan todo con sus mismas productoras, que es lo que está ocurriendo ahora con modelos como *Alatriste* y *Los Borgia*.

En este debate hay dos factores: uno, que ellos ya tienen su negocio montado con sus sociedades paralelas y les va fenomenal, y otro debate es que quizás los productores independientes deberíamos hacer un poco el esfuerzo de convencer a la televisión privada (Antena 3, Telecinco) de que quizás también podríamos hacer películas rentables para ellos. Lo que pasa es que creo que hay una especie de desconfianza hacia cierto tipo de producciones en las que ellos no quieren entrar. Entonces digamos que el único canal para el productor independiente es TVE porque evidentemente las televisiones privadas no entran en ese juego.

Creo que deberíamos intentar los productores calar más, dar más juego, ya que por ley están obligados a producir cine, según la ley el 5%, y estaría bien aparte de que existieran *Los Borgia* o *Alatriste*, que se pudieran hacer 10, 15 o 20 películas más con productores independientes.

José Vicente García Santamaría

Yo sólo quiero hacer una pequeña apostilla, y es que cada negocio, el cine como el resto de la economía, comporta un modelo de subvenciones; entonces hay modelos de subvenciones que fomentan la industria y hay modelos de negocio o subvenciones, que es de lo que hablaré mañana cuando lo haga de Elías Querejeta, que lo que fomentan es la pereza o la inflación de costes, o incluso el hecho de que se gane dinero antes de estrenar la película.

Es decir, ese modelo de subvenciones, no es que sean inviables, es que son un fraude de ley para el resto de ciudadanos.

Yo lo que creo firmemente es que muchas veces los productores españoles hacen las películas sin ir dirigidas a un público concreto, es decir, simplemente hacen las películas para continuar con la actividad y recibir las correspondientes subvenciones.

Creo que cada producto tiene que encontrar un público determinado, y ese tipo de público al que tiene que encontrar, al que tiene que ir dirigido, puede ser el público de los centros comerciales, puede ser el público de los minicines, puede ser el público de Internet, puede ser el público que compra las películas en DVD o puede ser el público de los festivales, pero hay que tender, por lo menos hay que tender, a encontrar a ese tipo de público. Y hay que ver también cómo están segmentados hoy en día los públicos en todo el mundo, porque la gente que va al cine está exactamente entre los catorce y los veinticuatro o veinticinco años, y no podemos olvidarnos que la composición mayoritaria de ese público, quizás mucho más joven en EE. UU., si veis las estadísticas de la Patronal de exhibición norteamericana, más en EE. UU. que en Europa; pero si veis las estadísticas del Centro Nacional de Cinematografía francesa, o las del ICAA, o las alemanas, o las inglesas, veréis que cada vez la gente que acude al cine es mucho más joven. Entonces, ¿qué tipo de cine se hace para la gente que acude a las salas? ¿o qué tipo de cine podemos hacer para un público mucho más adulto? Y la cuestión, el debate es eso nada más.

Pere Roca

Yo sólo quiero decir una cosa para matizar lo que has dicho tú sobre las televisiones, no vayamos a llevarnos la impresión aquí de que las televisiones privadas españolas sólo hacen *Alatristes*. Yo creo que las televisiones privadas españolas –y aquí tengo a Ferrán Tomás que nos lo puede decir, como gerente de una agrupación de productores–, estatales, trabajan y trabajarán para hacer negocio y harán *Alatriste* siempre que puedan hacerlo, pero hay una proporción, que en cada caso será distinta –en las privadas, pequeña–, en la que hay productores independientes que meten su producto y ahí están. Cada año hay tres, cuatro, cinco títulos que Tele 5 y Antena 3 producen, y que son de productores que aquí hemos decidido llamar radicalmente independientes.

El sistema público de televisiones en España permite que Televisión Española invierta en productos menos *mainstring*, pero no todos. No pueden comprarlo todo. Hacen lo que pueden, o lo que quieren, o lo que les dejan, y en España tenemos una red de cadenas de televisión autonómicas que paga derechos de antena y coproducción, y lo que tienen que hacer los productores es conocer el paisaje, resignarse a ser más o menos pequeños o más o menos grandes pero, al mismo tiempo y en paralelo, seguir estrategias para alcanzar ese 15 o 20% de Tele 5 o ese 15 o 20% de Antena 3. A lo mejor sus películas tampoco van a ser buenos socios de estas cadenas, porque los comportamientos de estas cadenas en *marketing*, en aspiraciones de negocio, etc., serían contraproducentes para la película.

Francisco José Martínez

Sí, pero digamos que para la productora independiente el único canal que realmente no te hipoteca la película, no te coproduce o no te compra los derechos es Televisión

Española. El resto de canales, Antena 3, y realmente por mucha incidencia que las autonómicas puedan intentar ayudar a producir cine, si no tienes un canal nacional es muy complicado armar la filmación de una película con un canal autonómico, con raras excepciones de que coproduzcan o circunstancias especiales.

Xavier Crespo

Soy Xavier Crespo, y desde hace un ratito creo que soy productor independiente. Hasta ahora no lo sabía... y, si no tenéis ninguna pregunta más que hacer, os damos las gracias por haber estado aquí.

Mesa redonda: El productor ante las políticas de fomento del audiovisual en España y Europa

Intervienen:

IGNACIO VARELA, *Consortio Audiovisual Gallego*

JOSÉ VICENTE GARCÍA SANTAMARÍA, *Universidad Carlos III de Madrid*

FERRÁN TOMÁS, *FAPAE*

543

Modera:

JOSÉ CORBERÁ MARTÍNEZ, *EAVF y PAV*

José Corberá Martínez

Os presento el tema del productor ante las políticas de fomento del audiovisual en España y Europa. Para eso esta mesa se compone de los siguientes miembros: Ignacio Varela, José Vicente García Santamaría y Ferrán Tomás Olalla, a los que después presentaré debidamente. A la hora de introducir este tema cabe decir que el objeto de esta mesa se centra en clarificar un aspecto de gran relevancia en la configuración de la vida de la industria audiovisual de nuestros días y de la que este foro ya se ha hecho eco. Se trata de las políticas de fomento que surgen desde diferentes ámbitos como el autonómico, estatal y comunitario, cuya importancia estratégica para la industria cinematográfica nadie pone en duda y que, a través de esta mesa, se intentará desarrollar a partir de diversos aspectos, como, por ejemplo, el papel de las administraciones central-autonómica, el papel de las televisiones o las dificultades que puede conllevar solicitar este tipo de ayudas para el fomento del audiovisual.

En fin, sin más dilación voy a presentar al primer miembro de la mesa. Se trata de Ignacio Varela, es licenciado en Geografía e Historia por la Universidad de Santiago de Compostela, realizó el curso superior de Gestión Empresarial de PYMES del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y el programa de doctorado de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid. Desde el inicio de su actividad profesional su trayectoria está relacionada con la comunicación y el sector audiovisual, participando activamente en la consolidación del sector audiovisual

gallego. Coordinó las acciones para la puesta en marcha del «Galicia Film Comission», «Compostela Film Comission» y «Ciudades de Cine». Actualmente desempeña el cargo de director gerente del Consorcio Audiovisual de Galicia, formando parte de importantes entidades de gestión audiovisual en el ámbito de España, de la Unión Europea y de Iberoamérica. Por último, debo decir que la actividad desarrollada por el organismo que dirige se puede consultar en la página web www.consorcioaudiovisualdegalicia.org, por si tenéis interés, que no lo dudo. Y a continuación le cedo la palabra a Ignacio Varela.

Ignacio Varela

Muchas gracias. Yo tengo varios problemas, bueno, yo tengo muchos problemas en la vida, como supongo que tendremos todos, pero varios problemas que afectan a mi intervención en este congreso, y por eso quiero pedir por anticipado disculpas al auditorio y a Javier Marzal, que con su mejor intención me invitó a participar aquí. Estos problemas son que, por un lado, yo no voy a hacer una intervención académica, y no voy a hacer una intervención académica porque no me atrevería a intentar emular ni a intentar compararme con los ilustres profesores, estudiosos e historiadores en la materia de cine que intervienen en este congreso. Y es por una cuestión de respeto. Por otro lado, porque pensé, igual equivocadamente, que esta mesa redonda estaba metida en este programa un poco para romper el ritmo, y que los que intervenimos en ella diéramos un poco... un toque de... ¡Por Dios! No entendáis que alegría no diéran los anteriores, sino romper un poco el ritmo del tema. Y por otro motivo también tengo un problema con esta falta de academicismo: en este momento tengo la desgracia, o la fortuna, no lo sé, de ser un gestor público, y el único academicismo que puedo aportar es un poco de sentido común. Porque como comprenderéis la gestión, en general, y la gestión pública, en particular, se basa en un tremendo pragmatismo y en la consecución de resultados.

Pero, además, tengo otro problema, y por eso también os quiero pedir disculpas. Por una cuestión de coherencia personal y de respeto a los que me invitan y al auditorio que me escucha, suelo ser tremendamente honesto en lo que digo... y entended que la honestidad no la reivindico como un valor; es simplemente una cuestión hereditaria. Me hicieron así y no puedo evitarlo. Entonces, ¿esto qué supone? La gente cuando me oye hablar en público se lleva la sorpresa y piensa «éste no es el gallego que sube y baja», «éste habla claro», «éste de qué va», es una cosa un poco rara. Y después hay sitios donde me vetan. Cuando me invitan una vez, la segunda vez ya no vuelvo. No sé por qué será. Supongo que será por eso, porque realmente no me peleo con nadie, ni personalmente ofendo a nadie, pero puede ser que lo que diga sí que tenga algún efecto. Por otro lado, me agrada mucho estar ante un auditorio de gente –no digo joven porque yo también lo soy, la diferencia entre vosotros y yo es muy poca– pero sí gente que os vais a incorporar al mundo laboral. Y creo que el debate sobre el sec-

tor del audiovisual, sobre el cine, me apetece tenerlo de cuando en cuando con gente que está en una fase anterior a la profesional, porque también os aseguro, no sé si mis compañeros de mesa pueden corroborarlo, que llega un momento en que el debate con el profesional es tremendamente aburrido, y es bueno tener también esta otra visión. Insisto en que si conseguís entre todos hacer una campaña popular para que el año que viene vuelva, os estaré tremendamente agradecido, porque no lo suelo conseguir.

En esta línea, a mí me gustaría —y os digo que soy honesto— antes de empezar a hablar del tema —que voy a ser muy breve, porque el resto también tendrán muchas cosas que decir y más interesantes que las mías— plantear una serie de premisas a la hora de hablar del sector audiovisual. Por ejemplo, para mí una premisa es partir de la base de que el sector audiovisual, el cine en concreto, por desmarcarnos de otros componentes del sector, tiene una escasa incidencia económica-industrial en el entorno de España como Estado. Eso es una realidad. De la misma forma, desde mi punto de vista, es absolutamente necesario que el cine exista, que el sector audiovisual exista, pero que exista como preservador de una identidad cultural, por la necesidad de vender una imagen a través del cine, por intentar conseguir que realmente sea una industria que suponga una referencia económica para un país, como lo es en otros casos o para el establecimiento de un determinado desarrollo profesional como puede ser vuestro futuro, que evidentemente hay que apoyar, hay que estar ahí. Pero la premisa es que el cine tiene escasa incidencia en el sector económico en España.

Para mí otra premisa es que el debate sobre los problemas del cine... a ver, del cine cualquier ciudadano habla, cualquier ciudadano entiende, quiere entender o tiene todo el derecho a opinar, es un tema recurrente y además es una forma básica de entretenimiento. Pero para el debate sobre el cine y sobre los problemas del cine hay que tener una premisa clara y es que es absolutamente endogámico. A ningún ciudadano de Burriel, La Robla o Nules le interesa lo que estamos debatiendo aquí. Una prueba muy reciente es... ¡Cuidado! Digo que es necesario que tengamos este debate, pero digo que la premisa es entender que este debate es endogámico, es un debate entre nosotros, que nos gusta tener y que tenemos que tener. Hubo recientemente, no sé si lo visteis, un debate en Televisión Española, en TVE 2, *Enfoques*, sobre la Ley del Cine, en el que estaba la ministra de Cultura, Pedro Pérez y otros ilustres contertulios... ¿y un señor qué está aquí? [inicia conversación con un asistente a la sesión] ¡Eran tres contra ti! Tú lo sabrás mejor que yo, pero creo que tuvo un 5% de *share* y en la encuesta SMS que se hizo en el programa, en torno al 80% de los que contestaron, ante la pregunta «se debe subvencionar el cine español» contestaron «no». Con tremendo cabreo de la ministra a la que, de repente, le entró una idea de apoyar el cine español que no entiendo todavía, pero que la tuvo y hay que aprovecharla; llegó a decir algo así como que por qué había que discutir de la necesidad o no de subvencionar el cine español. La encuesta SMS es una realidad y, como decía Trueba, «es una

canallada, no sirve para nada». Pero a mí me gustaría preguntarle al señor Trueba que si el resultado del SMS fuera al revés, opinaría lo mismo. En cualquier caso, eso es lo que hay.

Otra premisa –porque como os dais cuenta lo que intento hasta ahora es polemizar y que os echéis encima de mi como locos. Otra premisa más: recientemente, la Fundación Autor, perteneciente a la SGAE (Sociedad General de Autores de España), acaba de sacar un informe sobre lo que supone el sector de la cultura en el Producto Interior Bruto. Resulta que el sector de la cultura en España, según la Fundación Autor, en un trabajo encargado a la Universidad Complutense, supone el 3,9% o casi el 4% del PIB. Pero resulta que esos datos se refieren al periodo 1997-2003 y que son datos referidos a la cultura en general y no al cine en particular. Todavía no sé cuál es el dato del cine. Javier Marzal, te pedía unas disculpas antes que te las repito ahora. No sabemos qué es lo que supone el cine, pero creo que dar ese dato de una forma tan objetiva puede ser al menos peligroso. ¿Por qué lo digo? Porque, ¿cómo se constata lo que supone al PIB una industria subvencionada? Ésa es la pregunta que dejo en el aire. Desde luego, desde mi situación actual que, como debe ser, es provisional, de gestor público, no me atrevería a valorar la trascendencia de la labor del productor en España, sobre todo por tener la valentía, el atrevimiento de llevar a cabo una producción audiovisual. Me parece un tema tremendamente respetable y no voy a entrar a valorarlo. Pero bueno, por mi situación profesional, o simplemente como ciudadano, sí que me creo autorizado a someter a debate determinados aspectos que pueden estar más o menos relacionados y que pueden tener más o menos importancia en este discurso sobre el cine y que quizá sean importantes para dotarlo de cierta normalidad.

En esta línea me pregunto: ¿es cierta la crisis estructural del cine en España cuando se pueden realizar cada año más de 100 películas de las que un alto porcentaje no son estrenadas o tienen unos paupérrimos resultados de espectadores y taquilla? Sólo en Galicia se están llevando a cabo cada año en torno a 15 largometrajes producidos o coproducidos, sin contar otro tipo de colaboraciones puntuales asociadas o financieras. Galicia representa el 6 o 7% de la población en España y poco más del territorio. En este momento, en el sector del cine gallego, no hay ningún largometraje que no haya sido estrenado en salas comerciales y no conozco profesionales inactivos.

¿Es cierta la crisis estructural del cine en España, cuando cada día tenemos menos en cuenta al espectador como destinatario, si no único, sí como destinatario final de una película?

Me pregunto: ¿es cierta la crisis estructural del cine en España, cuando sistemáticamente, y pongo un ejemplo, una producción que cuesta 500 millones de pesetas, recauda 200 y se convierte en un éxito de taquilla?

¿Es cierta la crisis estructural del cine en España cuando, al contrario de lo anterior, los productos que realmente conectan con el espectador pueden permanecer varias semanas en salas y recaudar diez o doce veces el presupuesto de la producción? Son

preguntas para las que no tengo contestación y que me gustaría que formasen parte del debate si lo estimáis oportuno.

Quiero dejar claro que creo que una forma de afrontar los problemas y, por lo menos, yo así lo asumo en mi tarea profesional, es reconocer las virtudes y los errores y la situación lo más objetivamente posible. Que no se entienda con esta intervención que no soy militante defensor de limitar la cuota de pantalla de las películas de Hollywood, de discutir sobre el cumplimiento o no del porcentaje de la cuota de las televisiones, de redefinir la política de los canales públicos y todas las cosas que forman parte del debate estándar sobre el problema del cine.

Quería hacer también dos referencias en torno al borrador de la Ley del Cine. Desde mi punto de vista, alabo el esfuerzo y la necesidad de que exista una nueva Ley del Cine en España, reconozco su mérito. Sin embargo, uno de los grandes retos de la industria del cine en España no se contempla. Yo no estoy de acuerdo ni en contra, tengo mi opinión sobre los colectivos de la distribución, la exhibición, la UTECA (Unión de Televisiones Comerciales) y demás, pero claramente se están manifestando en contra del texto de la Ley y creo que es algo a tener en cuenta. Y creo que no responde a ese criterio, entre otras cosas, porque una vez más, y Ferrán, tú lo discutirás, no se debe tener como único interlocutor en el sector audiovisual en España a FAPAE (Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles). FAPAE es quizá el más importante interlocutor, pero no debe ser el único. En la presentación de estas bases del borrador de la Ley, nuevamente se ha ninguneado el papel de las comunidades autónomas, de los otros colectivos relacionados con el sector del audiovisual en España. Pero, además, en el borrador de la Ley, no se han buscado soluciones originales o que aporten algo nuevo a lo ya establecido. La figura del director artístico, o de arte, como coautor de la obra, el incremento del porcentaje del 5 al 6%... Pero yo no veo grandes aportaciones que supongan un cambio sustantivo en la dinámica.

Creo que el gran reto era conseguir un incremento de las desgravaciones fiscales en el cine. No se está diciendo la realidad, es un tema que está claramente bloqueado desde el Ministerio de Economía y que no tiene solución a corto-medio plazo y que para mí es básico para la financiación del cine en España muy a corto plazo. Creo que en el tema de las desgravaciones podría haber otras fórmulas, quizá más concretas y no tan generales, pero que podrían ir solucionando el problema. Aquí, en la Comunidad Valenciana, tenéis acontecimientos que se están repitiendo en España periódicamente todos los años, que por su repercusión externa o por su valor cultural son objeto de leyes de concepción específica de desgravación fiscal, y ahora hay uno, en concreto, en la Comunidad Valenciana como es la *America's Cup*. La *America's Cup* supone que hay un permiso del Ministerio de Economía para que todas aquellas empresas que inviertan en su promoción tengan una importante desgravación fiscal que les anime a estar apoyando ese evento. Eso ocurre con las capitalidades culturales: con el *Xacobeo* en

Galicia, con la conmemoración en Cantabria del Año Santo Lebaniego... ¿Por qué no se aprovechan, si no tenemos una Ley General, esas leyes concretas para, por lo menos en los territorios autonómicos y en colaboración con otros territorios autónomos del Estado, ir utilizando esas desgravaciones fiscales hacia el cine si no vamos a tener, y ésta es la realidad, a corto plazo la Ley de Desgravación Fiscal del Ministerio de Economía?

548

Creo que no se está dando tampoco con ninguna solución especial al tema de la distribución y de la exhibición. Es simplemente una propuesta de intenciones, sin nada concreto que haya detrás que lo pueda justificar. Insisto: creo que es un buen momento, con el borrador presentado, para reconocer que hay que integrar una comisión interterritorial de las comunidades autónomas en el debate –por lo menos aquellas comunidades autónomas que están apostando por el audiovisual– de un borrador de la Ley del Cine. Es algo que no puedo entender.

En cuanto a la situación de la producción también creo que las administraciones públicas, en ese concepto tan discutido de «industria cultural», deben intermediar, deben apoyar, deben subvencionar, de hacer muchísimas cosas a favor del cine, y del audiovisual en general. Creo que deben intervenir poco o casi nada, pero sí procurar esas relaciones de comercio, de negocio, o poner la carretera para que eso se lleve a cabo. Evidentemente, el sector tiene que entender que las iniciativas de la Administración siempre deben respetar los criterios de pluralidad y universalidad e intentar cumplir los cometidos muy concretos de cada uno de los colectivos del sector.

Desde Galicia estamos llevando algunas líneas de actuación a cabo, pero no son patrimonio de allí, sino que son una cuestión general que se debería afrontar en el papel que deben tener las comunidades autónomas con decidida apuesta por el sector audiovisual en el marco general de actuaciones del Estado. Creo que se debe incrementar sistemáticamente la cantidad económica dedicada a subvenciones, a fondo perdido o no, para fases de desarrollo y producción de productos audiovisuales. Creo que se debe dar un fuerte impulso a las políticas de apoyo de los procesos de promoción y distribución. Le daría una especial importancia a los aspectos formativos desde la perspectiva de su aplicación práctica de la industria y en la concienciación social en general. Creo que en la formación tenemos, en el audiovisual (como en otros sectores, pero éste es el que conozco), un problema de las limitaciones de la enseñanza reglada con respecto a la capacitación profesional que de alguna forma hay que solucionar. Creo en el poder de la intermediación institucional en las dinámicas audiovisuales en el entorno europeo y en el caso particular de Galicia, pero creo que nos afecta a todos en el entorno iberoamericano.

Casi para terminar, relacionado con el tema de Europa, quisiera decir lo que pienso sobre algo que he dicho antes en mi intervención. Yo parto de la base de que Europa como tal, para mí, es una entelequia en la práctica. Es una realidad administrativa,

tenemos una moneda común, hay grandes decisiones importantísimas de la unión de países que se deben tomar en el marco de las decisiones de los estados porque no hay otra opción de tomarlas. Pero, como se dijo en la primera intervención de la mañana, hay que buscar fórmulas para que esa unión sea también a la hora de exportar y recibir productos y, sobre todo, a la hora de producir. La coproducción entre estados en Europa no existe. Es ínfima. ¿Cuántas películas se coproducen realmente entre España y Francia? ¿Cuántas entre España e Italia? ¿Cuántas entre España y Alemania? Son datos anecdóticos. Mi planteamiento es: ¿Por qué no se puede...?

Bueno, antes quiero decir que no soy en absoluto sospechoso de ser nacionalista, aunque tampoco soy centralista. Eso que quede claro. Me declaro autonomista. Y me declaro autonomista, pero tampoco porque tenga una razón sociológica o filosófica de peso, simplemente porque es una división administrativa que a mí y a vosotros se nos dio hecha. A nosotros nos dieron una España dividida en 17 comunidades autónomas, y a mí me tocó Galicia. Me siento orgulloso de ser gallego y voy a defender eso. Pero no es una situación buscada por mí ni por vosotros. Pero ahora, si ésa es la situación, defendámosla. Yo la voy a defender, desde luego. Sin caer, evidentemente –y me siento bien con el término autonomista–, en un nacionalismo que no comparto para nada, pero también –y ahora echaré una pulladita por ahí– entendiendo que el centralismo es no entender la división territorial del Estado.

Lo que quiero decir es que es bueno que exista un Programa Media, es bueno que los estados se reúnan y decidan la política de la Televisión sin Fronteras, de la formación del audiovisual en Europa y todo eso. La realidad es que esas medidas entre estados son buenas en el papel e inexistentes en la práctica. No existen. No existen. ¿Cuántos productores valencianos están en una dinámica europea del audiovisual? Muy poquitos, no existe esa dinámica. Y no existe esa dinámica porque la referencia de los estados es demasiado grande para llegar a esos acuerdos. Yo propongo que se fortalezca la dimensión de las regiones en Europa, insisto, sin ningún componente nacionalista. Las regiones en Europa también son, en muchos casos, una división administrativa que existe, y las relaciones entre regiones en Europa pueden ser una constatación de esta política necesaria que tienen que establecer los estados. Antes hablaba del caso de Italia: creo que es mucho más fácil que se llegue a coproducir en el marco de un acuerdo España-Italia entre Lombardía y Valencia que entre España e Italia. La prueba es que entre España e Italia no se coproduce y es una pena, desde mi punto de vista.

Por otro lado, esta reflexión la hago porque creo que las grandes estrategias políticas lo que pretenden es llegar al ciudadano o al sector correspondiente y para mí eso se basa claramente en el conocido principio de subsidiariedad. Es decir, que las políticas las apliquen aquellos que están más cerca de la realidad. La política de Estado cada vez es, por su propia dimensión, más problemática para llegar a todos los que tiene que llegar.

Enlazando con el centralismo, una de las cosas que quisiera decir es que me declaro autonomista por lo que os decía, pero también porque me declaro anticentralista. En el sector audiovisual –y lo que voy a decir es una provocación, pero con esa intención lo digo– en España todavía ni el ICAA (Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales), ni el ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior), ni FAPAE, ni EGEDA (Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales), ni lo que vosotros queráis, se enteraron de que el hecho de estar en Madrid es simplemente una cuestión de ubicación. Estar en Madrid no quiere decir que son de Madrid y para Madrid, sino que EGEDA podría estar en Valencia, y FAPAE podría tener la sede en Santiago de Compostela, y el ICAA podría estar en Barcelona. Que no es una cuestión de que te dé más derecho el tenerlo cerca. Y eso parece que todavía no está asumido. El ICAA debe ser, y eso lo defiendo, el referente del sector audiovisual de todo el Estado, pero de todo el Estado. No de determinados productores del Estado que además siempre coincide que residen en el entorno de Madrid. Ni siquiera de la Comunidad de Madrid, porque no residen ni en Vicálvaro ni en Torreldones, sino que residen en Madrid.

Bueno, esto lo digo porque en más de una reunión se llegó a decir que la Comunidad de Madrid no necesitaba dar ayudas al audiovisual porque tenía al ICAA. Claro, esto, que parece una cosa baladí, supone que no haya una coordinación desde el ICAA con las comunidades autónomas para que no haya ayudas que se repitan, para que no haya una política de promoción del sector audiovisual confusa, para que en un debate sobre la Ley del Cine no se cuente con las comunidades autónomas. Creo que éste es un tema que tenemos que solucionar.

Acabo ya diciendo que el papel de las comunidades autónomas, entre otras cosas, parte de la posibilidad de establecer esa política de relación de regiones en Europa, en Iberoamérica y en otros sitios. En este momento, determinadas comunidades autónomas, como puedan ser Valencia, Cataluña, Galicia o Andalucía, están contribuyendo (no digo que tengan asumidos pero que sí están contribuyendo) en un porcentaje muy alto en la producción de cine en España. Es una situación que creo que se debe de coordinar, y la coordinación que yo pediría es que el ICAA y las Instituciones de Estado lideren ese proceso, pero contando con que existe y con que está ahí. Y ya acabo, simplemente con que, insisto, me gustaría volver. Le doy la enhorabuena a Javier Marzal, a su equipo y a la Universidad por llevar a cabo este Congreso y, si esto fuera una película de cine, probablemente en mi último plano debería salir un texto diciendo que «ni Javier Marzal ni la Universitat Jaume I se hacen responsables de las opiniones vertidas en esta intervención por Nacho Varela». Muchas gracias.

José Corberá Martínez

Después de la intervención de Ignacio Varela, por turno y sin ánimo de excederme en esta función que se me ha encomendado de moderar esta mesa, simplemente quiero

comunicaros que yo no soy Pepón Sigler, que era el moderador previsto. Yo soy José Corberá Martínez y vengo en representación de EAVF (Empresas Audiovisuales Valencianes Federades) y de PAV (Productors Audiovisuales Valencians). En concreto estoy desarrollando un proyecto en relación con un programa llevado a cabo por la Consejería de Empresa, Universitat y Ciència, gestionado por IMPIVA (Industria de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana), para implementar la innovación en este sector.

Dicho esto, pasamos al siguiente componente de la mesa redonda, José Vicente García Santamaría. Es licenciado en Ciencias de la Información por las ramas de Periodismo e Imagen, diplomado en *Marketing* y Estudios de Economía en el IESE. Miembro fundador de la revista de teatro *Pipirijaina* y colaborador de *Primer Acto*. Secretario de Redacción y miembro del Consejo de Redacción de la revista *Contra-campo*. Ha ejercido el periodismo político y parlamentario para diferentes medios. Tiene una extensa experiencia en el mundo empresarial corporativo, tanto a nivel nacional como internacional, en multinacionales. A título de ejemplo, debo nombrar el BBVA. Y por último, es profesor de la Universidad Carlos III, y ya, sin más dilación, le cedo la palabra.

José Vicente García Santamaría

Como mi paisano Nacho Varela, que ha empezado con una premisa, quería comenzar con un aforismo de un conocido economista norteamericano que decía que a veces la ayuda estatal a los negocios resulta tan temible como su hostilidad. Lo que quiero decir es que, ya que estamos hablando de subvenciones, no podemos hablar de subvenciones en abstracto. Las subvenciones no son ni buenas ni malas, sino que en el caso del audiovisual son absolutamente necesarias, y son necesarias en estos momentos para la supervivencia del cine europeo, algo en lo que creo que todos estamos de acuerdo.

Dicho eso, sí podemos discrepar en cómo se conceden estas subvenciones, qué mecanismos se utilizan y podemos también analizar las interacciones entre legislación y subvención a lo largo de la historia del cine español. Podemos ver también cómo ha influido, de qué manera (a veces de una forma absolutamente negativa), el número de películas que se han hecho en el cine español, e incluso el descenso de espectadores. Yo quisiera poner un ejemplo, en el que profundizaré esta tarde en la ponencia que voy a tener sobre Elías Querejeta, de cómo una legislación puede influir de forma decisiva en la factura del cine español. Creo que todos conocéis cuando el Real Decreto-Ley del año 83 del 28 de diciembre, más conocido como el Decreto Miró, Elías Querejeta, del que hablaré esta tarde, se da cuenta de que produciendo una sola película anual en lugar de varias, no solamente recupera toda la inversión, sino que incluso gana dinero. Estoy hablando en concreto de *Tasio* (Montxo Armendáriz, 1984). Antes de estrenar *Tasio* ya había ganado alrededor de diez millones de pesetas, y no sé si me

quedaré corto. En ese momento, un productor que hasta esa fecha arriesgaba, que tenía por norma utilizar economías de escala produciendo diferentes películas al mismo tiempo, películas que podían ser éxitos o fracasos, películas que daban algo de dinero y películas que no daban nada de dinero pero se compensaban unas con otras, deja de hacerlo. Pero eso llevaba a que Elías Querejeta produjera unos años hasta tres o cuatro películas, a que le diera la oportunidad de dirigir a directores noveles, o bien a darle continuidad a algunos directores, y lo que hacía era fomentar la industria del cine español.

Estos casos pueden ser un ejemplo perverso de cómo utilizar una subvención, y ya ha ocurrido en la historia del cine español que las subvenciones pueden ser utilizadas como una especie de filtro ideológico sobre qué tipo de cine queremos hacer. Cuando alguien le da una subvención a una productora, no se la da al productor B, y hay que aclarar muy bien qué criterios son los que utilizamos para dar las subvenciones a un determinado director, a un determinado productor y no a otro.

Yo, con la premura de tiempo que he tenido para preparar esta mesa, de lo que sí quisiera hablar es de cómo debería ser, a mi entender, el marco europeo en relación a esta serie de cosas. Ayer hablábamos en esta mesa redonda de la necesidad de unificar subvenciones en todo el territorio de la Unión Europea y decíamos que era absolutamente necesario porque, aunque de momento coproduzcamos poco, supongo que llegará un momento en el que llegaremos a coproducir un poco más, o no (no quiero ser tan pesimista como Nacho). En cualquier caso, lo que es una locura es manejar dos, o tres, o cuatro legislaciones gubernamentales y alguna que otra legislación autonómica, porque eso simplemente es darle más trabajo a los despachos de abogados. Y creo que el cine europeo no está para darle más trabajo a los despachos de abogados, sino para facilitar las cosas, y la Administración está también para facilitar la vida a los ciudadanos y a los empresarios. Entonces, ¿qué tipo de subvenciones habría que unificar? Estamos hablando del territorio de la Unión Europea, por lo que según mi criterio habría que unificar las ayudas a nuevos realizadores. Es decir, que el marco fuera más o menos homogéneo para todos los países de la Unión. Habría que unificar los impuestos sobre la recaudación bruta de taquilla, las ayudas para la reconversión tecnológica al mundo digital, que además van a ser fundamentales, porque mucha gente se va a quedar en el camino. No es sólo la gente de la producción, sino la de la exhibición la que corre un fuerte peligro también, sobre todo los pequeños cines o los pequeños multicines. No va a ocurrir así con los grandes complejos de salas porque, como sabéis todos, son propiedad de grandes sociedades de capital riesgo, o son propiedades de grandes empresas patrimoniales. También habría que darle una cierta unificación a las ayudas para la formación de técnicos y a algo fundamental, la coordinación de los tres subsectores de la industria del cine, producción, distribución y exhibición. Es decir, no hacemos nada si solamente nos concentramos en un solo sector que es la producción, que, por cierto, yo no sé por qué se habla tanto de la pro-

ducción cuando de lo que hay que hablar de una vez es de la industria del audiovisual. La industria audiovisual es un conjunto y hay que extender este tipo de ayudas a todo el conjunto. La producción clásica de films es en estos momentos la que ostenta más notoriedad, pero es una parte pequeña del audiovisual y cada día puede que lo sea más. Y puede también que otros formatos, como el DVD o Internet, tomen el relevo en el corto, medio o largo plazo de la producción de cine. Por tanto, extendamos las ayudas a todo el audiovisual y no las concentremos sólo en la producción de cine.

Algo absolutamente básico y necesario que se ha comentado esta mañana también son las ayudas a la creación de un organismo supraeuropeo. Hacer la guerra por nuestra cuenta, bien comunidad autónoma por comunidad autónoma, o bien país por país, hasta el momento no ha dado resultado. Es decir, o hacemos el esfuerzo de hacer un Airbus europeo para enfrentarnos a la competencia de Boeing, o aquí en Europa no vamos a hacer absolutamente nada. La ayuda de uno solo no llega, no es capaz de paliar todas las deficiencias que tiene la comercialización del cine norteamericano, que si en algo nos gana es precisamente en esos mecanismos tan hechos, tan férreos que ellos tienen de integración de la producción y de la distribución, y de la penetración en cualquier mercado del mundo porque ya son mecanismos muy contrastados. Quizá habría que establecer también los convenios con las televisiones públicas y privadas, no sé si en su conjunto o de forma separada, porque es algo en lo que tampoco he reflexionado en abundancia, pero el hecho de que la gente que lucha por el cine esté pidiendo pasar del 5 al 6% de producción propia, como queriendo que la industria de la televisión solucione los problemas del cine creo que es algo que no se va a lograr directamente. Así que tengamos al menos un criterio europeo para esto.

Hay una última cosa en relación a las ayudas que me gustaría comentar, aludiendo a lo que Nacho Varela decía sobre el debate de TVE 2, que fue muy clarificador: lo que indicaba ese debate, al margen de que estemos de acuerdo o no con el contenido, era que la gente percibe al menos, o la gente que contestó vía SMS, que hay poca transparencia en las ayudas. Creo que el mensaje con el que debemos quedarnos es ése: la poca transparencia. ¿Y por qué hay poca transparencia? Cuando uno va a ver los datos anuales del ICAA se encuentra con que tiene datos desglosados de las ayudas a productores, de las ayudas a la distribución, de las ayudas a la exhibición, pero no hay datos conjuntos. Es decir, yo no sé (a no ser que lo sume por mi cuenta) cuántas ayudas le ha concedido el Estado español a Enrique González Macho, por poner un ejemplo, o a Andrés Vicente Gómez, porque ya sabéis que no son sólo productores, sino que también son distribuidores. En el caso de Enrique González Macho, gran integrador vertical, además es exhibidor. Entonces habría que sumarlas también. Simplemente por una cuestión de transparencia, no porque el Estado le dé mucho, porque las ayudas a la distribución del cine europeo son insignificantes, y por decirlo,

simbólicas. Pero sí, por una mera cuestión de transparencia, saber cuánto dinero se lleva cada uno de ellos. Podría ayudar quizá la creación de una base de datos, por una parte nacional y por otra parte europea, que recogiese las ayudas conjuntas en esos tres sectores.

Los criterios seguidos para otorgar las ayudas es lo que no se sabe. A lo largo de la historia del cine español se han formado diferentes comisiones de notables o entendidos en el cine, pero nunca se ha aclarado qué tipo de criterio han seguido para conceder las ayudas o no concedérselas a Berlanga y sí a Carlos Saura, por poner un ejemplo. Que quede claro por lo menos. Además, que esa base de datos recogiese los resultados obtenidos, tanto cualitativos como cuantitativos de todos aquellos proyectos que tuvieran algún tipo de subvención, de tal manera que cualquier ciudadano pudiera evaluar si al menos en el terreno cualitativo una película tiene impacto, aunque la recaudación en taquilla fuera pobre. Yo creo que es absolutamente necesario.

Y algo absolutamente necesario también es fijar topes. Es decir, ayudas máximas, que no nos pase como en la época de Pilar Miró con las subvenciones cruzadas, que uno puede recibir subvenciones de cinco o seis sitios: puede recibir subvenciones de la comunidad autónoma, puede recibir subvenciones del Ministerio de Cultura, puede recibir subvenciones del derecho de antena de televisión, etc. Hay que fijar unos topes y hay que fijar unas ayudas máximas. Cabría definir hasta qué cuantía podrían llegar, yo creo que es necesario. También algo básico es la obligación de reinvertir al menos una parte del excedente empresarial, siempre y cuando se obtuvieran beneficios, para que forme parte de un fondo europeo de ayuda al audiovisual. Es decir, que si alguien tiene unos beneficios desmedidos y una parte de esos beneficios desmedidos vienen a través de los ingresos brutos de taquilla, que no se dedique a comprar chalets, sino que esos beneficios pasen a ese fondo audiovisual para permitir que otra gente pueda hacer otros proyectos distintos.

Esto es lo que quería decir, porque al final este tipo de ayudas no son ayudas prestadas por el Estado, o como se dice en términos económicos, no son sólo dinero (que es un mero instrumento de cambio), sino que son realmente bienes de capital. Y esos bienes de capital tienen que ayudar a la actividad de cada día.

Éstas son las reflexiones que quería hacer hoy, y quedo a vuestra disposición en el debate que se abrirá a continuación para lo que queráis. Gracias.

José Corberá Martínez

En tercer lugar, el tercer miembro de la mesa es Ferran Tomás Olalla. Es director gerente de Barcelona Audiovisual (Asociación de Productores Catalanes), miembro de la Comisión de Relaciones Institucionales de FAPAE (Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles), en su haber académico cuenta con un máster en Producción y Realización de Televisión por la Universidad Politécnica de Cataluña, es doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pompeu Fabra de

Barcelona, diplomado en Comunicación Política y Social por la Universidad de La Sorbona en París, profesor de video y televisión, realizador de televisión en TV3, consultor del Conseil Audiovisuel en Francia, y, por último, hay que decir que realiza también trabajos de asesoramiento a diferentes grupos parlamentarios y para el Consejo Audiovisual de Cataluña, así como informes sobre la reforma de Radio Televisión Española. Cedo la palabra a Ferrán.

Ferrán Tomás Olalla

Muchas gracias. Ante todo, gracias a la Universidad por invitarnos y tomar como sujeto de estudio al productor. Aquí vengo como sujeto de estudio para que me diseccionéis, para que me echéis cacahuetes. Me llamó mucho la curiosidad pasar dos días donde todo el mundo habla sobre la función del productor, y por esto vine. Una curiosidad de por qué el mundo universitario se acerca a la figura del productor y como productor, sinceramente, tenía muchas ganas de venir y escuchar. Yo no voy a hacer aquí una loa a las ayudas de los productores, a las ayudas de fomento, eso se da por descontado, pero lo que sí que voy a intentar muy, muy brevemente, es centrar y enfocar un poco las cuestiones. Es decir, vamos a hablar de ayudas al fomento de la producción, y yo me voy a limitar a saber de qué hablamos, exactamente de qué hablamos. Y para ello voy a hacer tres cosas muy breves. Una, dar un pequeño marco para dimensionar la cuestión: cuando llegan las subvenciones todo el mundo piensa que el Estado se va a venir abajo. Vamos a estudiar cuál es el problema, la dimensión de las subvenciones. Y la otra, evidentemente, no voy a hacer una tipología de todas las ayudas que hay del Estado a la producción fílmica y a la producción cinematográfica: es muy engorroso y podéis entrar todos a la página web. Hay unos resúmenes muy bonitos; hay quince convocatorias diferentes a las que podéis llegar todos fácilmente. Lo que voy a hacer es una tipología de los tipos de ayudas y en lo que nos afectan, y que además tienen la virtud de coger todo el título de la mesa, ya que son unos tipos ayudas que son compatibles en toda Europa, es decir, estas filosofías de ayuda las encontramos en toda Europa. Y una tercera cuestión que sí que me gustaría decir es que me interesaría, ya como productor y aprovechando que es una mesa redonda, conocer cuál es la reacción de los alumnos. Me ha parecido muy curioso que el mundo universitario y los profesores se fijen en nosotros, pero todavía me parece mucho más interesante toda esta gente que está detrás de los ponentes: qué está haciendo aquí. Esto me parece interesantísimo. Por favor, en el debate, los ponentes que pregunten lo que quieran, pero que pregunten los que están en las últimas filas, que digan lo que piensan –si es que piensan, por lo que me dicen los profesores. Pero como productor, creo que estaría muy bien que digan lo que piensan como sector de futuro ¿y como bien decía Nacho?, los de las mesas nos vemos muy a menudo, y no es tan fácil ver qué opináis realmente los que estáis aquí.

Voy a dar unos datos muy rápidos de la inversión pública en la cinematografía española. Yo tengo una cifra muy rápida y muy fácil de hacer. Cuando se empieza a decir: «¿Cuánto se invierte en...?», «¿Las películas viven sólo con las subvenciones?» Lo que voy a hacer es coger el coste de todas las películas que se han estrenado (datos del 2005) más o menos entre producciones y coproducciones. El presupuesto de todas las películas españolas es de unos 320 millones de euros. Es decir, si cogemos las ciento y pico películas que se hicieron en el 2005, sumo los presupuestos –perdonen, pero voy a hablar mucho de dinero, porque para eso estamos los productores además de la parte creativa, sobre todo estamos para el dinero. Hay 320 millones de euros, es lo que ha costado todo el presupuesto de las películas españolas, tanto las películas 100% españolas como el dinero que los españoles han puesto en películas coproducidas. El fondo de protección del ICAA, que es el dinero que llega a la inversión para las ayudas, este año está rondando los 73 millones de euros. Con eso, a mí me sale que las ayudas públicas del total de las que se han hecho debe ser como un 23% o 24%. Como tengo también formación universitaria, os voy a hacer una *pirula* muy fácil: os voy a mezclar también otra cifra que es la de las comunidades autónomas que es de nada más y nada menos de 30 millones de euros. En total, si sumamos los 70 millones y los 20, o 25, o 30 millones, nos ponemos en 90 o 100 millones. Así, a mí me sale un 28% de ayudas públicas. Es decir, toda la ayuda, venga de cualquier ayuntamiento, de cualquier cosa pública del Estado, es el 28% de la aportación española, no del presupuesto de las películas, porque como he dicho antes una película puede ser una coproducción y ahí hay otro dinero, sino del dinero que han puesto las productoras españolas. Y ahí, en estas cifras he puesto todas las ayudas al cine, es decir, a distribuidores, a las escuelas de cine... todo el audiovisual, porque si me limito a contabilizar sólo las ayudas, lo que se llama las subvenciones a la producción, me sale exactamente un 22%. Pero siendo generoso y poniendo todas las ayudas al cine, no sería más de un 28%. Esto es la primera cuestión que teníamos que tener en cuenta. La segunda cuestión es que si el fondo de la ICAA es este año alrededor de unos 75 millones de euros, también lo tenemos que comparar con los 91 de Italia, los 119 de Gran Bretaña, los 199 de Alemania o los 523 de Francia: hay que ver la proporción que hay en España. Otro dato también interesante de mencionar (y así aprovecho también para dar un dato a Nacho que yo tengo) de todo el gasto del Ministerio de Cultura, que ronda en esta legislatura los 1.000 millones anuales. El gasto en audiovisual respecto a todo el gasto del Ministerio de Cultura supone un 9%, quiero decir, que de todo el gasto de la Administración General de Estado en Cultura, la parte audiovisual supone sólo un 9%. El resto es edición, libros, prensa, todas esas cosas. Y os daré otro dato más significativo de las comunidades autónomas: el porcentaje que las Consejerías de Cultura destinan al audiovisual es sólo del 1,25%. Es decir, que la aportación al audiovisual viene del Estado. Esto no quiere decir que no haya comunidades donde la cosa cambia mucho. De los 30 millones que destinan las comunidades autónomas a la ayuda del fomento del audiovisual (datos del 2005), casi el 48%

pertenecen a Cataluña, que eso es una cosa muy importante. De los 30 millones, 17 millones (el 48%) es una aportación que hace Cataluña al audiovisual. No en vano es el segundo centro productor de audiovisual, junto con Madrid. Hoy en día, Madrid debe hacer en torno al 45% de la producción audiovisual, Barcelona el 42% y el resto queda sobre todo en Valencia y Galicia. Por curiosidad os diré que la Comunidad Valenciana destina 1,5 millones de euros a la ayuda y promoción del audiovisual. Siempre os queda la ventaja de que Madrid, por ejemplo, sólo tiene 917 millones y estoy totalmente de acuerdo con Nacho, perdón, con Ignacio Varela, cuando dice que la Comunidad de Madrid no invierte en cine porque ya tiene al Gobierno español; eso es una realidad a tener en cuenta.

Esta introducción era para que sepamos las dimensiones y de qué estamos hablando cuando hablamos del audiovisual. El otro tema es cómo los estados llevan a cabo esta protección de la cinematografía nacional: hay cuatro maneras que os voy a explicar brevemente y son comunes a toda Europa, incluso a la Europa anglosajona (que también es Europa).

Una es según la cuota de la pantalla, otra es según los beneficios fiscales que se obtienen, otra son sistemas de crédito que se dan y la otra es lo que se conoce como las ayudas o subvenciones, que son ayudas no reintegrables.

La cuota de pantalla es muy fácil: es una forma indirecta de promocionar la producción nacional. La cuota de pantalla quiere decir (tal y como está ahora en España) que por cada tres días que un cine pase películas que no sean europeas están obligados a pasar un día de película europea. Cuando acaba el año, un cine, cualquier cine de cualquier comunidad autónoma de cualquier pueblo, por cada tres días que haya pasado de una película que no sea de la Unión Europea, está obligado a pasar una. Eso quiere decir que hay una obligación de pasar cine europeo que, de una manera indirecta, está protegiendo la cinematografía nacional.

La segunda forma que encontramos es la de los beneficios fiscales. Esto es muy sencillo: es la forma más atractiva de atraer dinero privado. El Estado puede hacer dos cosas: una, «yo te doy el dinero», y otra puede ser, «esta empresa debe darme a mí en impuestos cien millones, pues mira, a mí no me los da, pero que los invierta en cine». Esto también es una forma de subvención, en el sentido de que es dinero que en este caso pertenecería al señor Solbes, al Ministerio de Hacienda y Economía, y que no lo recibe él, sino que deja que las empresas no paguen los impuestos que tienen que pagar para que los inviertan en cine. Ésta es una forma que es la que han tomado las cinematografías anglosajonas.

¿Y esto qué nos ofrece a nosotros, para irme al título de la ponencia «los productores y la ayuda pública»? ¿Esto qué nos ofrece? Pues nos ofrece libertad empresarial. Al contrario que las ayudas del Estado, es un dinero que nos llega directamente del sector privado, nos da menos tutela de la Administración y nos da la oportunidad de aumentar los presupuestos medios de la película, porque evidentemente, cuando

entra dinero privado, lo que va a reclamar es una rentabilidad «rápida», entre comillas, porque para la rentabilidad en una película, desde que tienes el guión y se ha exhibido, pueden pasar tres años, que no tiene comparación con abrir una cuarta línea de mar aquí en Benicàssim. Pero, bueno, hay muchas empresas que estarían dispuestas a invertir en cine si tuvieran estas ventajas. Por lo tanto, nos facilitaría una libertad empresarial, no estaríamos sujetos a la Administración y seguramente se aumentarían los presupuestos medios de la película.

¿Qué tenemos en contra de este tipo de ayuda? Hay una pega muy grande, y es que estos inversores privados están detrás de ti todo el día, y se acaba haciendo las películas que ellos quieren, por una razón muy sencilla: te imponen tranquilamente desde directores, actores, el guión, etc., porque es gente que invierte para sacar un beneficio. Desde este punto de vista sabes que como productor has de jugar con esta cuestión. Te ponen unos señores que están todo el día detrás de ti, no sólo mirándote las cuentas, sino mirando todo lo que estás haciendo. Éstas son las ventajas y desventajas de todas las ayudas a partir de beneficios fiscales.

Otras ayudas que existen son a partir de un crédito: el Estado te da un crédito como cualquier banco, que tienes que devolver. Ésta es otra forma de ayudar a la cinematografía. Lo puede hacer bien directamente o bien a través de arreglos con bancos. Aquí en España se hace a partir de arreglos con algunos bancos, con el Instituto de Crédito Oficial, que es el banco oficial. El Estado te presta dinero, y tú cuando has ganado, se lo devuelves.

¿Qué inconveniente tenemos? El primero es que los sistemas de ayudas limitan el tipo de producción que se hace. Diríamos que esto es perfecto: el Estado nos deja dinero y se lo devolvemos cuando hayamos recuperado, pero el primer impedimento que te pone es que nunca te dejará más del 50% de amortización de la película y siempre con un tope de un millón de euros. Existen deficiencias en este sistema de créditos. Es decir, que a mí me den un crédito para poder hacer una película no me sirve absolutamente para nada porque no me deja pedir más de un millón de euros, con lo cual, ¿por qué se están haciendo ahora películas de más de tres millones de euros? Bueno, pues si no se pueden pedir créditos de más de un millón de euros, los otros dos millones son los que ponen las televisiones, son habas contadas... no hay más. Es un buen sistema, pero la propia Administración te pone unos baremos, una fórmula de hacerlo que prácticamente lo inutiliza.

Este tipo de ayuda, ¿qué nos ofrece? Libertad empresarial: nos dejan el dinero un tiempo, con lo cual tienes la libertad total de hacer la película que quieras... eso es perfecto. La parte negativa es que, como todo crédito, tiene una carga negativa, tiene unos intereses y, por lo tanto, esos intereses te hacen que la película sea más cara. Es la parte negativa. Y en el régimen propiamente de ayudas, lo que se llaman subvenciones, el Estado te da una serie de ayudas para potenciar el cine, te da dinero. Vuelve a haber un límite de un millón de euros (a otro miembro de la mesa); lo que decías

antes de que no hay límites no es así. Hay un límite de un millón de euros y hay otro límite: hay una comunicación de la Comisión Europea en la que dice que cualquier película cinematográfica nunca podrá recibir más del 50% en ayudas públicas sea de donde sea... cualquier dinero que venga de un sector público, una ayuda pública, no puede sumar más del 50% del presupuesto de la película, cosa que no sucede además nunca. Primero que nada porque tenemos estos topes de un millón de euros.

¿Y esto que provoca? Pues que no se arriesgue. Si tú no puedes recibir más ayudas de éstas, no vas a hacer, evidentemente, más películas de mayor presupuesto. Porque de este tipo de ayudas hay de dos clases: unas que podemos llamar «automáticas» y otras «indicativas» o «selectivas». Las «automáticas» son las más conocidas, las mayoritarias y están relacionadas con la taquilla. O sea, las subvenciones (no es que tú vayas y digas que eres el productor y ya está, sino que el porcentaje está relacionado con la inversión del productor): cuánto has invertido tú y la taquilla que has tenido. Y te ponen unos mínimos. Hoy en día si tú no haces más de 330.000 euros es que no cobras ninguna subvención tampoco, y tal como vas subiendo la taquilla te van subiendo la ayuda que te darán. Eso es la gran mayoría. Luego están las otras subvenciones que se llaman selectivas o indicativas, que son por comisión, y en éstas el Estado sí que trabaja. A jóvenes realizadores, a gente que hace su primera película, a cine de autor... eso sí que es una comisión que se reúne, hay proyectos y dicen «bueno, vamos a dar tal, tal, y tal». Estas subvenciones son mínimas comparadas con la ayuda general o «automática», que es la ayuda automática de taquilla. Esto para el productor qué supone: supone la arbitrariedad de la Administración. A los productores no nos gusta nada depender de los Presupuestos Generales del Estado. Porque el último año el fondo del ICAA ha sido de 70 millones, pero hace cuatro años eran 35, ahora 60 y el año que viene pueden ser 37, depende mucho de la voluntad política. Y esto desde el punto de vista industrial no interesa nada. Tú lo que quieres tener es un margen de confianza, saber dónde está el modelo de negocio, dónde están las finanzas para que vayas haciendo un *business plan*, un negocio con el tiempo. Y esto está ligado con los recursos, con cómo se nutre este fondo.

El Estado cuando invierte en cine, ¿de dónde saca el dinero? Hay dos grandes posibilidades: una es el caso español: sale de los Presupuestos Generales del Estado, y afecta dependiendo del humor del gobierno de turno. Cuando al Gobierno se le crucen los cables, no habrá cine español. Otro sistema, que es mucho más inteligente, es precisamente que ese fondo, ese dinero que el Estado va a invertir en la producción audiovisual venga de recursos que provienen o están generados por actividades que han sacado un beneficio del sector, o hablando en plata: quien gana, paga. Es decir, dentro del sector audiovisual, alguien hace un producto, otro lo distribuye y otro lo vende... ¿de dónde van a salir los recursos para que la cosa se haga? Pues van a venir de quien saque los beneficios.

En un momento el origen fue la taquilla, es decir, en un momento todos los beneficios salían de la taquilla, y entonces se puso un canon a las salas para que invirtiesen

un 5% en producción audiovisual nacional. Luego, conforme se ha evolucionado, las televisiones fueron las que sacaron a la gente de las salas porque ofrecían las películas por televisión y se les puso un canon del 5% a las televisiones. Pero eso no fue porque los productores un día en un *vermút* dijimos «vamos a tasar ahora a las televisiones». Fue simplemente porque eran los que estaban ganando dinero con las producciones que se estaban haciendo. Y esto va a ir avanzando. Luego será el *pay per view*, será también la televisión por IP y se acabará tasando a las compañías de *teleco* de banda ancha que son las que van a ganar ahora dinero con la exhibición y la comercialización de las ventas. Entonces, en estos países, y sobre todo el que lo tiene más acotado es Francia, el dinero que da el Estado no lo da el Estado, sino que lo recapta de aquella gente que está ganando dinero con el cine. Con lo cual tiene una gran ventaja, porque es el propio sector quien se retroalimenta y regula el dinero que entra en la producción. Depende del resultado económico del propio mercado. Si hacemos películas muy malas, como no habrá taquilla, como la *tele* no lo pagará y como la gente no lo irá a ver, no habrá dinero para entrar en ese fondo. Por narices, tú tienes que hacer un tipo de cine que tenga que llenar el fondo, porque si no el fondo no te va a venir. Eso, desde mi punto de vista, es mucho más inteligente que depender de los Presupuestos Generales del Estado.

Y un último apunte, algo muy interesante que sólo existe en Inglaterra, son las *Film Franchises*, que son una ayuda que da el Estado, pero la da directamente a las empresas con un plan de negocios a ocho o diez años. Eso es perfecto, porque no es una ayuda que se dé a una película sino que es una ayuda que dan a una empresa o a un *holding* de empresas que se reúnen y que dicen: «nosotros en seis o en diez años vamos a hacer estas películas». Eso es perfecto porque te permite hacer seis o siete películas, y si en una no tienes éxito no pasa nada, porque luego puedes hacer otra, o puedes hacer una película para tener mucho éxito de taquilla y luego hacer una para un actor o un autor que tú crees que de aquí a cuatro películas será muy bueno y que tiene una propuesta estética muy buena. Eso te lo permite. Es muy interesante porque permite que la propia empresa se capitalice y tenga músculo personal.

¿Por qué España ha seguido el modelo de la subvención y no el de la desgravación fiscal o de un fondo que se alimente de los recursos del propio mercado? Pues no puedo contestaros... ¿Por control del Estado? Sinceramente, no lo creo. ¿Por desidia? Creo que sí, que va más por aquí. Pero en todo caso lo que importa es que no ven el cine como un sector estratégico y que para el señor Solbes la producción cinematográfica sigue siendo nada, cacahuetes, no somos nadie. Y yo pienso que es así simplemente porque no hay una apuesta del Estado por el cine nacional.

José Corberá Martínez

Después de esta interesantísima triple visión que nos han ofrecido los miembros de la mesa sobre el tema de las ayudas, paso al turno de preguntas. ¿Alguna pregunta?

TURNO DE INTERVENCIONES

Intervención 1

Hola, buenos días, quería dar la enhorabuena a los ponentes, y un poco mantener la conversación con Nacho Varela, ya que quería que habláramos. Por un lado, estoy de acuerdo con la política autonómica que sobre todo ha hecho Galicia, que en los últimos diez años ha conseguido crear una pequeña industria audiovisual. Pero es cierto también que tú no defendías un centralismo, te posicionabas un poco en contra... cierto es que las principales empresas del audiovisual gallego también tienen sede en Madrid o en Barcelona, por lo tanto también salen de su propia autonomía, y las que se están creando. Es decir, que a lo mejor sí que hay una cierta relación con el centralismo.

Por otro lado, respecto a las líneas de actuación, también estoy bastante de acuerdo. En el debate hablabas de enfoques. La pregunta que se le hacía a la ministra, a mi juicio, era la necesidad de una formación específica del personal del audiovisual en cuestiones técnicas, de nuevas tecnologías, gestión económica y gestión jurídica, que no se preparan excesivamente en el ámbito universitario. La respuesta de la ministra era, si recuerdas, que dependía del programa Media y que no era interés del ICAA, lo cual es un error de partida.

También comentabas la necesidad de apoyo o promoción y del desarrollo (al estilo inglés) de una creación de paquetes, que es un poco la línea del proyecto Media: apoyar a pequeñas empresas o PYMES que intenten hacer un plan de negocio a medio-largo plazo con no sólo una película, sino intentar hacer economías de escala y que puedas hacer cuatro o cinco películas. Intentar fomentar eso frente a la única película de una productora.

Y por otro lado, la apuesta por la coproducción, que estaba muy bien. Pero también creo que no sólo hay que mirar a lo que es Europa; Marruecos está a catorce kilómetros, está más cerca que Italia. Creo que el Ministerio no tiene convenio de coproducción con Marruecos, ¿lo tiene?

Ferrán Tomás Olalla

No tienen el rango de convenio estatal, por el momento. (Hablan de Catalan Films).

Es un argumento a favor de la necesidad de ampliar la coproducción, no sólo hacia el norte sino cruzando el charco, Iberoamérica. Quería lanzaros el planteamiento.

Ignacio Varela

Yo es que poco tengo que contestar porque estoy de acuerdo contigo. Antes dije lo de Iberoamérica; evidentemente no nombré el mundo mediterráneo porque para mí es otro foco clarísimo de coproducción, pero no por no estar de acuerdo contigo, sino

porque el tema era España-Europa, por no mezclar temas, pero estoy completamente de acuerdo.

Con respecto al tema de la formación, no se trata de que la universidad, de que los profesores de la universidad tengan interés en dar formación cercana a la realidad laboral, porque seguro que la tienen. El problema es que están sometidos a unas reglas, a unos programas teóricos semiprácticos que no les permiten hacer otra cosa, pero igual ocurre con las escuelas de imagen y sonido. Tampoco se tomó la decisión de incorporar, no como materia troncal sino como optativa, en las enseñanzas primarias y secundarias la Comunicación Audiovisual como se podría incorporar dentro de la sección de plásticas y no hay una decisión en ese tema. Esto es lo importante y estamos entrando en debates que no sé a dónde nos van a llevar. Estoy de acuerdo contigo.

José Vicente García Santamaría

Hay una cosa que no comenté antes en cuanto a la formación del productor. Debe de ser como la formación de un ejecutivo de cualquier empresa, de telecomunicaciones, ocio o consumo: el productor tiene que pasar también por una escuela de negocios para que le enseñen cómo gestionar el dinero, para que le enseñen cómo negociar con un banco, para que le enseñen lo que es el circulante, es decir, una serie de cosas básicas. La prueba para los productores sería poder ser fichados por otras empresas grandes. Si tienen la suficiente preparación deberían poder hacer eso.

Solamente habría una cosa que podría diferenciarles de los demás sectores. Tiene que ser gente que conozca el cine, que le guste el cine, que ame el cine. Pero la formación es la misma que cualquier otro sector; si tú no vales para ser director financiero de Inditex, tampoco para ser director financiero de Tele 5 o de Globomedia, y de hecho se tiende cada vez más a profesionalizar esa figura porque lo contrario es un error. Hago aquí dos puntualizaciones al amigo Ferrán, con respecto a los topes: hay una limitación del 50% y hay unos topes de un millón de euros, si el presupuesto de las películas fuera real, pero todos sabemos que el presupuesto de las películas a lo largo de la historia del cine español no lo es.

Y con respecto a los Presupuestos Generales del Estado sí me alegra mucho que la gente de producción ya no comparta esa filosofía de que no se puede vivir fuera o lejos de los Presupuestos Generales del Estado; enhorabuena.

Ferrán Tomás Olalla

¿Le puedo contestar? Primero sobre la profesionalidad o la formación de los productores, no vamos a entrar en detalle pero la tienen; yo te aseguro que todo productor sabe lo que es un circulante, por una cosa muy sencilla: cuando vas al banco a pedirlo te piden el balance de los cuatros últimos años, es decir, te hacen un interrogatorio, hay profesionalidad dentro de los productores. En cuanto al tope y los presupuestos

yo no voy a criminalizar todo un sector, pero en todo caso cuando presentas los presupuestos al ICAA los tienes que llevar auditados. Es decir, tú no vas allí y dices: la película me ha costado esto; hay una serie de señores y el ICAA te hace una lista, estos señores son auditores y les has de llevar hasta la factura del veterinario del perro si hay un perro que pasea en la película, vamos a quitar un poco los mitos en este sentido. Es tan grande ya el problema de financiar una película que realmente el resto son problemas muy pequeños. ¿No hay ningún estudiante que quiera hacer una pregunta? ¿No hay nadie que quiera ser productor?

Intervención 2

Voy a aprovechar, aunque realmente comparto con Ferrán la inquietud y las ganas de oír ahora mismo cualquier pregunta de alguna fila de atrás. Ciertas cuestiones que lanzo a la mesa, algunas de ellas probablemente dirigidas a Ignacio Varela y Ferrán o quizá a cualquiera de los miembros. Siempre que hablamos de subvenciones, y que conste que yo soy partidario de que haya algún tipo de apoyo, probablemente más por líneas indirectas que por vías directas, a jóvenes directores. Pero siempre que hablamos de subvenciones se me plantea una cierta crisis de conciencia como ciudadano de a pie: ¿por qué subvencionamos el cine y no la literatura? Al fin y al cabo son industrias culturales, contamos historias, queremos entretener, queremos transmitir nuestra visión del mundo, contar las historias que nos parezcan interesantes. ¿Por qué financiamos el cine y no algunos programas de televisión? Creo que en un caso estamos hablando de un mercado que sí se sujeta muy bien a las leyes de oferta y demanda, que ha aparecido antes en alguno de los ponentes y hay algunos mercados que no se sujetan a las leyes de oferta y demanda y, ojo, les damos oportunidades y se siguen sin ajustar a las leyes de oferta y demanda. Es decir, hacemos películas, como apuntaba Ignacio Varela, que luego no se ven. Creo que esto es un problema y a veces la sospecha del ciudadano va también por ahí.

Después, no sé si para resolver alguna de las cuestiones o problemas que Ignacio veía cuando intenta estudiar la relación entre la autonomía y el Estado, no sé si pueden servir de modelo algunas de las soluciones que han puesto en marcha en Cataluña, donde quizá no esperan recibir tanto del Estado porque ya se lo gestionan ellos: con alguna política de incentivar, con la Hacienda (no sé si en Galicia la Hacienda es tan independiente o tiene tanto poder como el caso catalán). Quizá por ahí iría alguna de las soluciones, no sé si sería efectivo, lo desconozco, firmar un acuerdo entre Lombardía y Galicia, y que ambos gobiernos regionales facilitaran que pueda haber una coproducción. Un asunto que pongo un poco en duda es que las coproducciones no existen en número suficiente o no van a crecer porque de hecho han crecido un poquito y cada vez existen más en la fórmula sin más de coproducción financiera. A mí me llama la atención que películas como *Mar adentro* (Amenabar, 2004), *Torre-molinos 73* (Pablo Berger, 2003) o *El séptimo día* (Carlos Saura, 2004), que son pelícu-

las 100% españolas a todos los efectos, cuentan con capital, en pequeños porcentajes, pero capital, de Italia, Francia o incluso de Dinamarca; son películas recientes, quizá no es una ayuda significativa para el productor, no lo sé, pero ahí están.

Y finalmente, a Ferrán, antes has comentado algún tipo de ayuda en Inglaterra, esa especie de carteles o de *holdings* pero, si no recuerdo mal, no sé si es cierto, el dinero venía de la lotería, ¿no? O sea, que es una fuente más de ingresos que creo que podría ser interesante porque aquí hacemos quinielas también y jugamos a la bonoloto. Era lanzar esta sugerencia también.

Ignacio Varela

Igual entendí mal tu reflexión, pero nosotros evidentemente nos comparamos y copiamos mucho a Cataluña en la gestión del sector audiovisual porque para nosotros es un modelo; hay muchas cosas que podemos imitar y otras que no, también el desarrollo del audiovisual en Galicia lleva a que en determinadas situaciones en Cataluña nos miren un poco de reojo, pero están también fijándose en nosotros. Un ejemplo concreto es el consorcio Catalan Films: es un consorcio porque hubo antes un consorcio audiovisual gallego también. Y cada vez somos más capaces de trabajar conjuntamente sin ningún problema de diferencia en cantidad, que sí lo hay (el poder del audiovisual y de las instituciones catalanas nada tiene que ver con las de Galicia), pero nosotros no estamos pidiendo dinero al Estado; los recursos del audiovisual de Galicia salen de los presupuestos de la Comunidad Autónoma de Galicia. Yo creo que necesitamos una coordinación liderada por el Estado, no estoy en contra de que el Estado lidere; al contrario, la pido, la reivindico. ¿Por qué no se pueden sentar las comunidades autónomas que están apoyando o que tienen una televisión pagada con dinero público, por qué no se pueden reunir para definir un modelo? Igual ese modelo llega al 70% porque hay un 30% de competencias que cada uno se quiere reservar, pero no entiendo por qué tenemos que duplicar ayudas. Una coproducción de un productor de Madrid con un productor gallego y un productor catalán, que cada día se producen más, tiene al menos dos o tres tipos de ayuda redundantes, que no digo que no deban de existir en la cuantía, igual la cuantía tiene que ser la misma, pero por qué no definimos que en esos casos sea una única línea de ayuda que el ICAA debe liderar. Yo creo que Cataluña no tiene ningún problema en que, respetando todos los conceptos de excepción, de diversidad cultural, se haga su propia política, porque coordinación no quiere decir que te quiten la gestión, es simplemente que vas coordinado, pero tú sigues apoyando a tus productores y a tu sector audiovisual.

Y después hacías otra mención respecto a las coproducciones; yo sé que hay casos, pero es que los casos los contamos con... yo no entiendo como el 30 o 40% de la producción de cine en España cada año no se está coproduciendo. Puede ser el 30% de películas que tengan más o menos participación pero de los presupuestos, a no ser que el ICAA hable de coproducciones entre comunidades autónomas.

Pero, claro, es que igual es una participación minoritaria. Yo estoy hablando de cifras reales de coproducción que además no sólo suponen el interés sino una posibilidad real en ese mercado de que esa película sea vista, de que tenga una distribución; es que no entiendo cómo vamos a poder hacer cine nosotros por nosotros mismos y eso hay que apoyarlo desde la Administración, no creo que sea sólo una responsabilidad del productor. Por eso no soy nacionalista, ni defiendo el cine hecho en Galicia para los gallegos. Defiendo una industria audiovisual del cine con toda la identidad y la diversidad cultural de Galicia y, en el caso del cine, que tenga vocación de ser visto, no me importa con quién haya que hacerlo. Es una opinión personal.

Ferrán Tomás Olalla

Para acabar con los mitos de las subvenciones: la literatura está muy subvencionada, casi tanto o más que el cine. Todas las traducciones, la edición misma, todos los libros que se editan en España, tienen subvención, pero es que además también está subvencionado el calzado, el vino de la Rioja, el azulejo... Las subvenciones se dan porque el cine forma parte de la diversidad cultural, tenemos que competir con aquellos que no están compitiendo, se puede decir tranquilamente, con las mismas armas del mercado, que son las grandes *Majors* americanas. Hay una ayuda para que nosotros podamos competir como mínimo cuando salimos con una película, que no llegamos ni de lejos, pero es que si no existieran las ayudas públicas directamente no se haría cine nacional.

¿Y por qué es más vistoso? Porque una película es más cara de editar que un libro. Y por eso abulta más cuando se dice que se da un millón de euros a una película, o 500.000 euros, o 600.000, que es lo que roza la ayuda pública real de una película media, porque es más cara. Yo creo que se subvenciona para poder competir con la desventaja de la producción que viene de EE. UU., que son los mismos, ¡qué casualidad!, que los que tienen la mayoría de salas de exhibición y la mayoría de las distribuidoras, y como por mercado no podemos competir igual, creo que la lógica de las ayudas viene de aquí. Esto lo quiero ligar con lo de la transparencia con la famosa encuesta del SMS. Si llegan a preguntar en cualquier momento si se les ha de pagar a los ministros, subvencionar el Rioja, el calzado, o los presidentes autonómicos dirían todos que no. No es una cuestión de transparencia, es una cuestión que la gente no ve clara y no es que no se haya de subvencionar nada. Eso me parece lógico.

Intervención 3

Ante todo, buenos días y gracias porque pienso que está siendo muy, por jugar con esta palabra, muy productivo el debate que se está produciendo y el discurso anterior vuestro. En este rato que llevamos con vuestra ponencia ha habido tres o cuatro minutos que me he perdido por un tema personal, no sé si la pregunta ya está dicha

en la sala. Estamos hablando mucho de lo que es la exhibición o invasión americana o norteamericana y mucho de la coproducción o la poca ayuda existente a nivel europeo. Me gustaría que hablaseis del programa Media, o del programa Eurimages, que son en principio inventados para fomentar esas coproducciones de que antes se hablaba, casi inexistentes, y sobre todo para crear una especie de norma eficiente contra la invasión americana en exhibición, distribución, etc. El programa Media se supone que está desarrollando la tercera fase. Hay una fase que sería del 2007 al 2013 y será un momento importante.

Por otra parte, siempre hablamos mucho de subvenciones, y no sólo a nivel del mercado del sector audiovisual, sino en general. Normalmente cuando se subvenciona una cosa es porque se quiere dar un tiempo necesario para que la gente aprenda a valerse por sus propios medios, y creo que no aprendemos demasiado de nuestros propios errores, hablo de la producción española en general y europea. Y, por último, me interesa muchísimo saber qué nuevas tendencias pueden existir a nivel de subvencionar o autosubvencionar algún proyecto audiovisual, da igual cine o televisión. Si hay alguna tendencia me gustaría saber hacia dónde vamos y también hablar de lo que es la sociedad de fondos, capital semilla, capital riesgo, lo que son avales, porque creo que no se ha hablado y fundamentalmente creo que son muy interesantes.

Ferrán Tomás Olalla

Respecto a Euroimages y Media, he dicho al principio que intentaría no hacer un resumen de todas las ayudas que hay porque es muy complicado. Tomando esos cinco modelos que se repiten, el programa Media es lo mismo, lo único que a nivel europeo. Aquellas características que he dicho, como son el tipo de ayuda directa, selectiva, automática, proyectos, es lo mismo, lo único que piden es que sean proyectos donde participe más de un país.

Ignacio Varela

Y no subvenciones.

Ferrán Tomás

Y no subvenciones. Unas sí y otras no. Las que no son subvenciones, son a proyectos. Pero hay otras pensadas para distribución y tal que sí son subvenciones. Los mismos capítulos que he dicho antes, lo único que te piden es que en la película haya un mínimo de países, depende del tipo de proyecto, pero la filosofía de las ayudas es la misma. El objetivo era la cohesión europea, la Unión Europea quería que se hiciera un cine europeo.

Ignacio Varela

El objetivo no conseguido por el programa Media.

Ferrán Tomás

Sí, pero eso es un problema más sociológico, creo.

Intervención 4

Quiero hacer una puntualización con respecto al programa Media; la gran virtud es quizás acabar con los restos de arbitrariedad que podrían existir en los diferentes estados nacionales y darle el poder ya de una vez a un organismo supranacional como es Bruselas. Y creo además que el programa Media es solamente un primer paso que nos va a acercar a la unificación de todas las ayudas en la Unión Europea. Con respecto a los avales, existen ya los avales a través del Instituto de Crédito Oficial (ICO), el gobierno subvenciona los tipos de interés, es decir, la carga financiera que comentaba el amigo Ferrán queda ligeramente aliviada, porque en una empresa, aunque sea una multinacional, los créditos que pueda tener son Euribor + 0,10 o 0,20%, depende un poco de las compensaciones que le dé esa empresa al banco. Digamos que el cine español está en igualdad de condiciones con Nestlé porque prácticamente le están subvencionando los tipos de interés. Paga muy poquito de tipos de interés, muy poquito sobre el capital que tiene.

Ferrán Tomás

No dicen lo mismo los que lo tienen que devolver.

Intervención 5

Todos se quejan.

Ferrán Tomás

De cuestión fiscal y avales sí que he hablado antes; es aquello de los créditos que daba la Administración a partir de un banco oficial o por un convenio con un banco privado y sí que es verdad que además puedes hacer sociedades de avales. En el Estado español es EGEDA, que ha hecho una sociedad de garantía recíproca, lo que quiere decir que se pone dinero para que cuando tú vayas al banco a pedir un crédito no sigas poniendo la casa como único aval que tiene el productor (aunque se sigue haciendo) y pagando una serie de intereses más (por cierto, a la sociedad de garantía recíproca), por lo menos ésta te avala el crédito, lo que quiere decir otro crédito que tienes que pagar a la Sociedad General que te aumenta el costo de la película.

Intervención 6

Respecto a lo que comentábamos del programa Media, para poder optar a una subvención tienes que estar en coproducción con algún país de Europa, se puntúa más si es con países del Este, pero sobre todo hay una de las condiciones clara: tienes que tener una solvencia demostrada de tu empresa, haber hecho una película a nivel

internacional, como mínimo; si no no puedes optar a las ayudas. Es decir, el programa Media ayuda a la promoción, pero a empresas ya consolidadas o que ya hayan hecho algo. En España, a diferencia, puedes optar a estas ayudas sin tener una experiencia demostrada o un pasado; entonces sí que ese matiz ayuda a fomentar más la industria.

568

José Vicente García Santamaría

Yo creo que es una norma financiera común muy al uso sobre todo también en EE. UU. y Europa y es para impedir cualquier tipo de tropelía. Cuando tú quieres ser proveedor de una empresa importante, ellos te piden una fecha de constitución de unos dos o tres años anterior, si no tú puedes hacer un concurso, hacer una empresa *ad hoc* y ganártelo, como ha sucedido miles de veces. Es una cláusula o una condición *sine qua non* en cualquier multinacional europea o norteamericana para trabajar con ellos. No te previene de otras cosas, pero te asegura que tú no puedas incurrir en este tipo de prácticas. Ellos cuidan mucho la responsabilidad extracorporativa y, por lo tanto, impiden que eso suceda.

Ferrán Tomás

Refuerzan el carácter industrial. Luego ya tienes ayudas más específicas para la «ópera prima», para la primera película, para autores específicos. En el programa Media mueven más dinero y están mucho más vivos y más escarmentados.

Cuando vas a una subvención, ven que la empresa... es un mundo muy pequeñito y ya te conoces todas las empresas. Se puede presentar cualquiera; es la forma de dar salida a nuevos autores, si no nunca entraría nadie más en el mercado. Si no uno no hace una primera vez una película, ¿no?

José Corberá Martínez

Había una última pregunta allí en el fondo.

Ferrán Tomás

Sí, pero éste era también ponente...

José Corberá Martínez

La última pregunta.

Intervención 7

Yo me he infiltrado en las últimas filas y si vieran ustedes la cantidad de *sudokus* que se hacen aquí, y de periódicos que se leen. Me da la impresión muchas veces de que a los que están en las últimas filas les puede sonar un poco a chino esto de la producción, los media, las financiaciones, el porcentaje, cuántos millones. Yo haré una

pregunta un poco de ingenuo, de productor un poco ingenuo que está haciendo sus primeras películas. ¿No es un poco complicado todo el acceso al sistema de producción? Me refiero a la industria de la producción, para personas que en realidad lo que desean es hacer películas. Pero claro, esto de producción, presupuestos. ¿No es un tanto complicado todo el sistema? Hay que saber muchas cosas para hacer una primera película. Mi pregunta se podría resumir: ¿cómo alguien puede producir una primera película sin volverse loco a la hora de hacer una producción?

Ferrán Tomás

¿Sabes lo complicado que debe ser producir el primer yogur, el primer zapato? Creo que va inherente con la producción de cualquier producto. Hay muchas productoras jóvenes, unipersonales, con proyectos muy buenos. En Cataluña y toda España hay centros y las mismas asociaciones hacemos cursos de formación y mucha ayuda para las primeras obras a nivel jurídico, en los presupuestos. No es tan complicado, no des miedo a los que hacen *sudokus*. Lo bonito de producir es hacer películas y se puede llegar. Mira la gente que hace películas. ¿No?

José Corberá Martínez

Yo quería añadir que es complicado pero para cualquier cosa, como dice Ferrán, una persona que sale al mercado, tiene una idea, un producto, y lo primero que tiene que hacer es conectarse a Internet, llamar al 012, ponerse en contacto con las instituciones, hago una llamada a la iniciativa. Esto es, por supuesto, una opinión personal.

Mesa redonda: La mujer en la industria del cine

Intervienen:

ROSA VERGÉS, *directora de cine*

ANA ARRIETA, *directora de la Academia de Cine*

CARMEN CILLER, *Universidad Carlos III de Madrid*

571

Modera:

LOURDES RUBIO, *FIA-UIMP*

Lourdes Rubio

Están con nosotros para hablar de la mujer en la industria del cine tres personas que yo creo reflejan o pueden hablarnos de tres espacios dentro del mundo del cine que sí que nos darán una visión de cómo está la mujer en general en la industria del cine español: Ana Arrieta, que es directora de la Academia Española del Cine, y cuando decimos la directora, es la directora; porque, aunque haya presidenta y vicepresidenta, ella es la que lo hace todo en la Academia. Además, dirige también la revista, así que tiene un conocimiento bastante cercano de cómo está y cuántas son las mujeres que hay en la industria cinematográfica española.

Tenemos a Rosa Vergés con nosotros, una directora española que yo creo que ha hecho dos películas que quizás no se han analizado demasiado en este universo cinematográfico español en el que hay muchísimas producciones y por eso hay películas que se hacen y se ven poco; dos películas que a mí me parece que son muy importantes: *Boom-Boom* y *Tic-Tac*. Quizás son dos de las películas más viajeras y con más premios de nuestro cine, aunque parezca así una... es cierto. Y luego últimamente ha hecho una película que tampoco se ha visto mucho en cines, pero que a mí me parece muy sutil, que es *Iris* y que hace una reflexión muy interesante en torno a la guerra y cómo afecta a las personas. Ella, además, conoce todo esto muy desde dentro, como profesional del mundo del cine, porque ha pasado por diferentes estadios, desde ayudante de dirección, *script*, hasta directora; también escribe y sabe muy bien de todos los entresijos del cine español.

Y está también con nosotros Carmen Ciller, que nos aporta otra visión, desde la Universidad, desde los estudios, pero también desde la práctica y desde la producción. Ella es doctora en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense y profesora de la Licenciatura de Comunicación y Periodismo de la Universidad Carlos III de Madrid. Pero desde hace unos años está muy vinculada también a una productora gallega, con lo cual conoce bastante el mundo de la producción.

Y, sin más, va a empezar Ana Arrieta, pero yo apuntaría tres puntos sobre los que podríamos hablar o señalar algunas cosas; uno es que hay muchas más mujeres en la industria del cine de lo que parece; no conozco demasiados estudios, pero sí sé que leí hace años un libro, *Mujeres guionistas en Hollywood*, y puedo decir que la lista era interminable. En España creo que hay alrededor de 50 mujeres directoras por lo menos, y eso es mucho, pero es que si nos ponemos a contarlas o a nombrarlas parece que es imposible que haya 50... hay más mujeres de las que parece. Quizás no estén en posiciones que se reconozcan mucho, pero están, como productoras, como guionistas. Otro de los puntos que quizás deberíamos ver es, nadando un poquito en el tópico, que sí tenemos una serie de cualidades que son las propias de la organización, somos eficaces y tampoco buscamos grandes títulos; y quizás por ahí hay muchas mujeres que no se reconocen, pero tampoco es porque quieran ser reconocidas, sino simplemente porque no les interesa. Y otro de los puntos que deberíamos ver y del que Carmen más nos puede apuntar es que, cada vez más, al margen de directoras, productoras, guionistas, hay muchísimas mujeres en lo que es todo el trabajo de producción, no sé por qué pero se citan grandes productores, grandes nombres de hombres, pero en la labor que hay en producción hoy en día en España hay muchísimas mujeres productoras.

Le diría a Ana que nos cuente un poco cómo ve ella el trasfondo, cuántas mujeres hay en la industria española.

Ana Arrieta

Muy bien, gracias. Buenos días a todos. Bueno, pues yo creo que deberíamos de alguna manera establecer diferentes ámbitos o distintas estructuras a la hora de hablar de la mujer en la industria del cine. Como represento a la Academia de Cine y, por otro lado, represento un cargo de directora general, que supone un nivel ejecutivo, puedo aplicar de alguna manera esta opinión de la mujer en la industria del cine desde el punto de vista del cine pero desde el de vista ejecutivo. Si nos planteamos primero la presencia de la mujer en la Academia de Cine, tenemos que decir que aproximadamente existen actualmente unos 1.200 miembros de la Academia; hace un mes había censados 1.160 miembros de los que únicamente eran mujeres 277; por lo tanto, la presencia de las mujeres dentro de la Academia de Cine viene a representar un 23%. Esta presencia no es uniforme sino que podemos observar, según las especialidades, que existe un mayor o menor número. Así que, por ejemplo, en determinadas espe-

cialidades hay una presencia prácticamente equitativa, una presencia de la mujer bastante importante, como puede ser en dirección, donde tenemos representantes de reconocido prestigio que cualquiera puede conocer: Isabel Coixet, Judith Colell, Patricia Ferreira, Chus Gutiérrez, Josefina Molina, la misma Rosa. En otras especialidades, sin embargo, se nota una presencia más limitada; por ejemplo, en animación sólo hay una representante femenina dentro de la especialidad. En fotografía sólo hay una representante, sin embargo en guión hay una presencia importante y hay una presencia muy, muy importante en vestuario, maquillaje y peluquería. Con lo cual, si examinamos de alguna manera la edad observamos que también conforme van pasando los años se va produciendo cada vez más una incorporación de mujeres; cuanto más pasa el tiempo, más mujeres se van incorporando; por tanto, el factor edad es importante. Aunque hay presencia de gente muy válida, mujeres muy válidas en especialidades que no se notan tanto como dirección o guión; es el caso, por ejemplo, de montaje, donde tenemos como miembros de la Academia a Carmen Frías o a Teresa Font, que tienen un reconocido prestigio.

Con esto podemos decir que eso de las mujeres dentro del cine viene a ser como algo normal, viene a demostrar una vez más el carácter abierto y la no discriminación en el mundo del cine, donde se recibe a todos sin ningún tipo de distinción ni ningún tipo de traba. Por lo tanto, tenemos que decir que la mujer en el cine se ha incorporado, tiene una presencia muy normalizada y que incluso para aquellos que hemos venido del ámbito privado y de otras actividades, como puede ser el mundo del derecho, o del mundo empresarial, hay una presencia mucho más fuerte de la mujer que en otros ámbitos. En cualquier Consejo de Administración de cualquier empresa privada a la que vayamos, observamos que la mayoría de los presidentes, sobre todo si tienen una edad superior a cuarenta y cinco años, son hombres; en el ámbito del cine esto no ocurre. En las diferentes asociaciones, en las diferentes entidades, hay mujeres al cargo. Por eso, pasando ya al otro tema, que es el tema de la presencia de la mujer en puestos ejecutivos relativos al cine, tenemos que decir que no existe ningún tipo de traba, todo lo contrario, la presencia de la mujer también es normalizada y podemos encontrarnos a mujeres en puestos ejecutivos, desde la propia ministra de Cultura, Carmen Calvo; la secretaria general técnica del Ministerio, Concepción Becerra; la propia presidenta de la Academia; la directora general de la Academia, y otras entidades de gestión o asociaciones como el FAPAE, la directora general es Fabia Buenaventura, en Aisge, la entidad de gestión de los actores, es Pilar Bardem la presidenta, en SGAE es la presidenta Ana Diosdado. Y en otros ámbitos relacionados con el cine, como puede ser la propia residencia de estudiantes, con Alicia Gómez. Y observamos la presencia de la mujer incluso ya en otros ámbitos también relacionados con el cine, como periodistas de cine, todas las revistas de cine, bueno, pues la mujer se ha incorporado al cine no sólo en el ámbito propiamente dicho de cine de creación y artístico, sino en los puestos ejecutivos y de organización. Pero esta presencia es una asistencia

normal y se ha visto como algo ganado por la mujer, por su trabajo y no por una existencia de cuotas u otro tipo de relación. Y en ese sentido ya paso la palabra a Rosa para que ella nos centre un poco más en el mundo del cine. Gracias.

Rosa Vergés

Yo pienso que, un poco como decía Ana, un día no será necesario que se tenga que hacer una mesa para explicar por qué una mujer hace o no hace cine. Los géneros cinematográficos no sé si incluyen el género femenino; quiero decir que hay una comedia, hay un drama, una película de terror, el género fantástico, pero el género femenino es muy delicado y peligroso encasillarlo ahí; así empezó Lourdes hablando del victimismo y aquí hay una mezcla de cosas. Yo actualmente, por ejemplo, si cojo un autobús, un metro o un avión, nunca me planteo, si la conductora es mujer, si me va a llevar a un sitio distinto que si fuera hombre. Normalmente vas al mismo destino y no me preocupa pensar que tiene una forma especial de llevarme. O sea, que hay que distinguir un poco lo que es la mirada por cómo son las condiciones de vida de cada uno y cómo es cada uno de los oficios. El oficio del cine también, como todos los demás, depende de la sociedad en la que nos encontremos, lo evolucionada que esté. Está claro que la mujer ha tenido que abrirse camino a lo largo de la historia de una forma muy dificultosa. Si vamos al origen, la historia ésta de Adán y Eva y la costilla, todavía no la puedo encajar bien, no sé exactamente qué significa, pero es verdad que a lo largo de toda la Historia de la Humanidad y en distintas civilizaciones ha habido mujeres que han luchado mucho creativamente y han tenido mucha facilidad para no pasar a la historia y en cambio sí que han abierto un camino del que nos hemos podido beneficiar y del que muchas de las que estáis sentadas aquí, y muchos, vais a poder compartir y disfrutar en un futuro que ya es hoy. En el caso del cine, como tiene algo más de cien años, se puede observar cómo ha sido esta introducción tan callada. Y desde luego en los años noventa hubo una explosión desde el punto de vista de la dirección, y ya no digo desde los lugares de responsabilidad sino de miradas contadas a través de mujeres, que tenía unos precedentes mucho más difíciles.

No sé si muchas de nosotras hubiéramos podido hacer algo si no tuviéramos por delante una Pilar Miró, que decían tenía un carácter arrollador y muy duro y difícil, pero si la oías a ella en entrevistas te contaba lo difícil que era ser una mujer en los años sesenta y estar en Televisión Española, en un mundo en el que ella no tenía cabida; o desarrollaba un carácter determinado o si no no había quien pudiera trabajar con normalidad. Eso no es así ahora para nada. La misma historia del cine... cuando se celebró el centenario tuve la oportunidad de ver una película que me llamó muchísimo la atención, una película que se llamaba *El hada de las coles*, una película muda del año 1894, contemporánea a los hermanos Lumière, y resultaba que estaba dirigida por una mujer, una señora que se llamaba Alice Guy, francesa; hay otras, y

era la primera película de ficción de la historia de la Humanidad, es decir, que a alguien, que fue ella, se le ocurrió que una cámara podía servir para retratar y para captar unas imágenes y luego mostrarlas en público, pero generar la historia de estas imágenes. Y ésa era una película en la que se contaba cómo una pareja iba a comprar un niño a un huerto, porque en Francia los niños no vienen de París, nacen debajo de una col. Iban escogiendo y de cada col sacaban un bebé y al final no querían ninguno porque uno era negro, el otro era indio e iba con una pluma, el otro era no sé cómo y al final el típico bebé, iba a decir rosadito, pero como era en blanco y negro es una cosa más sugestiva que otra, pero escogían el bebé y se lo llevaban. Esta señora había sido la secretaria de un señor que se llamaba Gaumont que luego ha forjado una gran distribuidora cinematográfica y salas de exhibición.

Es muy interesante, porque en sus memorias cuenta cómo un día los hermanos Lumière iban a visitar al señor Gaumont, que tenía también aparatos de fotografía, etc. Les invitaron a ver la película que habían hecho, que era la del tren y la de la salida de la fábrica de los trabajadores, hoy ya muy vistas y conocidas por todos. Entonces cuenta cómo fue la experiencia en un hotel de París, en un sótano, cómo pusieron una sábana en una pared y vieron proyectadas aquellas imágenes y el impacto que produjo en el público. A ella le produjo tal impacto que al salir de allí le pidió a su jefe que por qué no hacían ellos películas basadas en obras de teatro, como unas *performances*, a lo cual su jefe le dijo: «Bueno, te dejo hacer películas con una condición: no descuides tu trabajo de secretaria; cuando hayas atendido el teléfono, el correo, todas las cosas habituales de la oficina, puedes hacer películas.»

Pensemos cien años después que aquella película que duraba tres o cuatro minutos –y ésa es la gracia del cine– podía conmovir, hacer reír, dejarse interpretar por un público al que no iba destinado, porque cuando se hizo quién iba a pensar que tendría la importancia que tenía aquel invento. Así se dice uno que sí, que ha habido una serie de mujeres que desde el día uno han estado en esa industria, que no lo era todavía, intentando contar sus cosas, con lo cual se siente que es algo que debería ser más natural y que ellas han abierto un camino.

Ahora mismo, como has dicho tú, desde luego en lo que es el campo de la dirección en España hay muchas mujeres contando sus historias; son plurales, son muy distintas, hay muchos géneros dentro de las propias películas que proponen y todas esas pioneras en cualquier campo de la creación han servido de antecedente, pero en el siglo en el que nos encontramos ya debemos ver las cosas de otra manera.

Yo me planteo si mi mirada es distinta por el hecho de ser mujer. Creo que es una cuestión de sensibilidades, de hecho, una película es un trabajo en equipo, se empieza escribiendo un guión, producción, hay todo un encaje, diríamos, de psicologías de muchas personas para llegar a la psicología del espectador; hay mucha gente que trabaja para mentir, es decir, que es una gran manipulación que hacemos para contar una verdad y de qué forma llega esta verdad a un espectador... que, por cierto, vemos

la película en una sala oscura, con lo cual todas las caras o todo lo que piensa el que ha hecho la película queda detrás de la pantalla. En este momento de contacto con el espectador no consta todo el equipo que ha quedado detrás. En ese sentido, sí puedo decir que a mí especialmente me ha gustado, ya que he nacido mujer, me ha gustado dedicarme al cine, porque muchas de las cosas que se consideran cualidades específicas tradicionalmente de las mujeres las he podido usar en beneficio de esta profesión. Por ejemplo, se dice que las mujeres podemos llorar con más facilidad porque nos atrevemos más a manifestar lágrimas. Yo he llorado mucho en los rodajes, pero he llorado por ver construido un decorado que un día soñé y escribí, y de repente, al verlo hecho, me he puesto a llorar y no me ha importado llorar en público, o cuando he oído una música que no sabía contar muy bien cómo la quería.

Decía que el rodaje es un trabajo en equipo. Llevar un equipo de rodaje a lo mejor se parece mucho a llevar una familia porque hay que hacer muchas relaciones públicas con todos, la organización del hogar que la mujer ha tenido muy clara durante muchos siglos es muy útil en los rodajes; quiero decir que hay una serie de experiencias y de modelos que se han encontrado en muchas mujeres que no figurarán nunca en el mundo creativo y esto es muy interesante. De hecho, yo he pensado siempre que uno de los éxitos de Almodóvar ha sido, o nace, y a lo mejor lo que digo es una tontería, pero lo pienso así, de su experiencia trabajando en Telefónica; él trabajó en un mundo femenino en una época, el franquismo, en que las mujeres tenían muy pocas oportunidades, pero precisamente salir de casa, dejar al marido y a los hijos, para trabajar en una empresa donde sólo había mujeres, que era Telefónica, estaba como más bien visto, y no deja de ser un colectivo (supongo) en ebullición y, aparte de conectarse desde la centralita con los clientes que llamaban, entre ellas, yo me imagino que era un contarse muchas cosas y que es un caldo de tocar de pies al suelo, de vida cotidiana, de ver nacer, crecer, charlar, pues entre las mujeres es muy fácil contarse los mayores dramas o las mayores alegrías que ocurren en una familia. Y pienso que él absorbió mucho todo ese mundo y es precisamente alguien que siempre se ha considerado que sabe contar historias de mujeres o que conecta mucho con un público que acepta las mujeres que él ve, es decir, que todo eso es después muy útil poderlo utilizar en una profesión creativa y a mí en ese sentido me ha parecido muy bien.

Por otro lado, mi experiencia profesional como directora tampoco es muy larga o tampoco han sido muchas obras, pero sí recuerdo que, al principio, cuando me puse a dirigir por primera vez, me decían que hacer una película era como parir y se dio la circunstancia o la casualidad que yo parí película y parí hijo al mismo tiempo y pude ver hasta qué punto tener un hijo es una película y hacer una película es parir. Incluso, durante el embarazo, la película se llamaba *Boom-Boom*, los títulos de crédito iban con una animación de un corazón, yo iba a las diez de la mañana al laboratorio a ver si estaba bien el corazón, latía adecuadamente o quedaba muy torpe; entonces, corriendo, me tenía que ir a hacerme una ecografía, llegaba al hospital y me decían:

«Mira, esto que oyes es el corazón, son los latidos del bebé.» Era ir de un sitio a otro con una facilidad increíble y entendí por qué se decía de una manera y por qué se decía de otra. Es una suerte poder compaginarlo; eso yo pienso que no es ni de largo una experiencia tan personal como la que estoy exponiendo, que se pueda pluralizar. Lo que sí es cierto es que hay un libro muy interesante, que se llama *La mitad del cielo*, de Carlos Heredero, que se hizo para el Festival de Málaga de hace unos años, en que se entrevista a una serie de directoras desde Icíar Bollaín, Isabel Coixet, Chus Gutiérrez, Azucena Rodríguez, etc., y todas van dando su punto de vista de cómo llegaron a esta profesión y cómo se sienten en ella y, curiosamente, sí hay esta necesidad constante desde la propia experiencia, no luchar contra un mundo que les es hostil, sino tener esa posibilidad de manifestar su mirada, su visión del mundo con una sociedad que ha avanzado mucho. En España, la democracia supuso volver a aquel país que la República había intentado levantar donde, por cierto, había una situación entre mujeres y hombres en todos los terrenos muchísimo más cómplice y muchísimo más fluida que quedó rota por unos años, pero luego, en muy poco tiempo, en veinte años, se volvió a recuperar ese espíritu que quizás es el espíritu en el que nos encontramos ahora y que por supuesto viene de una situación que no era así.

Entonces creo que el interés de verdad está no solamente en escalar unos puestos en la industria en cuanto a técnicos de poder, sino en que hay muchas mujeres que están estudiando Comunicación Audiovisual de una forma que ni siquiera es extraño para sus entornos; ya es una cosa muchísimo más fluida, y el futuro, desde el punto de vista de la creación y el papel que pueda representar una mujer, a mí no me parece preocupante, me parece mucho más preocupante nuestra formación como espectadores, como muy malos espectadores de televisión. Todo nos lo cuentan a retales, y de qué forma se manifiesta o se representa a las mujeres y a los hombres, tanto en las películas que vemos como, por extensión, en todo lo que ha sido el desarrollo en el campo audiovisual en el mundo.

Me preocupa ver que en las series de televisión y en el cine los hombres están representados como unos inútiles y primitivos y me preocupa que admitamos personajes de mujeres que son directamente de adorno en muchas historias y sin ninguna profundidad, mucha trivialidad y con un culto físico a veces absurdo. Creo que la reflexión tiene que estar en todos los campos y, sobre todo como consumidores de audiovisual, tenemos que volvernos algo más exigentes, y si hay un cambio en la sociedad en la que vivimos y, al menos en nuestro país, la mujer va encontrando lugares de una forma muy sólida, pues también los espectadores tenemos que hacer el mismo crecimiento porque si no se convierte en una lucha que ahora no tiene el sentido que sí tuvo.

Para terminar, me gustaría leer algo, porque creo que dentro del arte de la creación sí que ha habido mujeres que han luchado, como he dicho al principio, y que nos han abierto muchos caminos, a todos; una de ellas es Rosalía de Castro, que en el prólogo

de uno de sus libros, *La hija del mar*, se disculpa por ser mujer y atreverse a escribir. Me gustaría... porque a mí me ilumina leerla:

Antes de escribir la primera página de mi libro permítasele a la mujer disculparse para lo que para muchos será un pecado inmenso e indigno de perdón, una falta que es preciso que se sincere. Yo pudiera muy bien decir aquí cuál fue el móvil que me obligó a publicar versos condenados desde el momento de nacer a la oscuridad a la que voluntariamente los condenaba la persona que los escribía para aliviar sus penas, reales o imaginarias, pero no para que sobre ellos cayese la mirada de otro que no fuera su autora. No es éste, sin embargo, el lugar oportuno para hacer semejante revelación; al público le importaría muy poco saberlo y por eso las callo, pero como el objeto de este prólogo es sinceramente de mi atrevimiento al publicar este libro, diré, aunque es harto sabido de todos, que dado el primer paso, los demás son hijos de él, porque esta senda de perdición se recorre muy pronto. Un libro más en el gran mar de las publicaciones actuales es como una gota en el océano.

Me gusta la imagen del agua porque es fluida y ahí caben muchas cosas. Y quizás la historia de la humanidad tiene que recorrer muchos caminos para encontrarse con algo que es obvio desde el inicio y yo estoy por ese encuentro e insisto en que, si aprendemos a ser buenos espectadores, aprenderemos a descifrar las miradas enigmáticas del cine y de su magia. Gracias.

Carmen Ciller

Está bien lo de empezar con frases de mi paisana, pero en gallego, de verdad, suena diferente y se siente distinto. Bueno, pues, los agradecimientos, como yo tengo una intervención después, los dejo para luego y entramos así en cuestión. No sé por qué cuando estaban ellas hablando me he acordado de una frase que escuché una vez en mi tierra a Saramago y decía algo así como «Cuanto más viejo, más radical, y cuanto más radical, más libre.» Y ahora que estaba pensando, pues igual nunca llego a ser vieja, y entonces voy a utilizar lo de la juventud, porque es obvio que soy joven, y digo «como soy joven, radical y como soy radical, pues libre». Y digo esto porque para nada quiero que se entienda que lo que voy a plantear es un discurso victimista porque quien me conoce sabe que soy radicalmente lo contrario a eso, ese planteamiento de vida que no va nada conmigo. Y además, reconociéndolo y teniéndolo muy claro, creo que es algo personal que lo he tenido siempre muy presente en la vida: todo lo que he podido hacer ha sido gracias a la historia que han hecho las mujeres a lo largo de muchos años. Es decir, siempre tengo en mente y presente que lo que hago a lo largo de mi vida es producto de lo que muchas mujeres han labrado para que yo lo pueda hacer. Yo y todas las que estáis aquí y las que estamos por lo menos en esta sociedad. Pero la realidad es que teniendo eso en cuenta, teniendo en cuenta que el pasado inmediato de España, como decía Rosa, ha evolucionado mucho y la situación que tenemos ahora no tiene nada que ver con hace veinticinco años, me refiero

a la situación de las mujeres en todos los ámbitos de nuestra sociedad. Aún así, yo vivo continuamente cabreada porque realmente me hubiera gustado vivir otro mundo, otra realidad y otra situación. ¿Y por qué digo esto? Porque es cierto que cada día las mujeres tienen una presencia más notable en muchos puestos de responsabilidad, pero la realidad es que eso se hace porque hay que obstinarse en hacerlo. Es decir, el hecho de que el presidente del gobierno se empece en que la mitad de las mujeres de su gobierno sean ministras es una cosa que tiene que hacer él porque si no todas sabríamos que no sería así. No me cabrea que haya la mitad de mujeres, no me cabrea que haya esa actitud; me cabrea que tenga que pasar eso, es una obviedad y una realidad que nos ha tocado vivir en un mundo y en una sociedad en la que no partimos de unas bases de una situación de igualdad, y eso me cabrea y eso me hace que cada día que pasa, en distintos ámbitos de nuestra sociedad, compruebe que no tenemos esa situación de igualdad porque hay que corregirla y en tanto hay que corregirla ya no es así.

Lo digo como una reflexión personal, es decir, me ha tocado vivir un mundo que no me hubiera gustado que fuera así y ésa es la realidad que hay, pero tenemos que vivir con ella. A partir de ahí mi punto de vista viene de dos ámbitos: uno es la docencia o el ámbito académico, el mundo de la formación, y otro mi experiencia de haber hecho producción y estar implicada en determinados proyectos. Es cierto que cada día hay una presencia mucho más notoria de la mujer en algunos de los distintos ámbitos del mundo audiovisual, llamémosle cine, televisión; creo que mucho más notorio es en televisión que en cine. Pero hay un desequilibrio absoluto, y eso es una realidad, una realidad que se irá corrigiendo, por supuesto, dentro de veinticinco años, con el esfuerzo de cada una de las mujeres que quieran hacer del cine su vida profesional, pero también de todos los hombres que toman decisiones, porque es una realidad. La igualdad se dará cuando dos torpes productores lleguen a negociar derechos para una película con un gestor de televisión, con alguien que compra los derechos, y no tengan ningún tipo de prejuicio en negociar en igualdad de condiciones sea quien sea quien les presente un proyecto. Y todos sabemos que muchas veces, infinitas veces, esto no es así, y hay un montón, habría miles de anécdotas e infinidad de realidades para verlo. No hay más que ver cuántas son las mujeres que han sacado proyectos desde la producción ejecutiva en nuestro país, y las hay, claro que las hay, afortunadamente, porque si no hubiese ninguna no hubiésemos avanzado nada. Pero si cogemos listas de las veinte películas más vistas en los últimos siete años en nuestro país, son muy pocas las mujeres productoras ejecutivas, es una realidad, y donde más hay es en la producción. Si vamos al IMDB y además os incito a que lo hagáis, porque seguro que muchos lo consultáis, si nos metemos, digo, en el IMDB y empezamos a picar títulos de películas españolas, de cualquier listado de películas, y le damos a una avanzadilla que hay de «ver más equipo técnico», empezamos a observar todos los equipos... eso es lo que hace saltar cuál es la realidad de las plantillas técnicas en

la producción. Está claro que en el ámbito de la producción es donde más mujeres trabajan, la realidad es que desde que yo empecé a trabajar en esto me lo dijeron, «las mujeres sois fantásticas para la economía y para organizar las cosas y todo eso, claro»; pero mi experiencia personal es que siempre fui una desorganizada total y nunca tuve ese tipo de actitud, aunque las producciones necesitan de un exquisito control, organización, seguimiento... pero esa es una realidad y donde más mujeres hay.

Dirección de producción, vestuario y sobre todo peluquería, son ámbitos que están destinados, no destinados, pero que son en los que las mujeres han tenido una presencia más notable. En las primeras quince películas no había ni una sola directora de fotografía, no había ni una sola sonidista, a no ser que fuera alguna que está empezando y es hija o que lleva unos años, pero es familiar de la profesión y se ve en los apellidos; muy pocas de directoras artísticas, aunque hay alguna. Es obvio, es notorio que no hay una presencia importante y plural y por supuesto reivindicó que las hay y las que hay están haciendo un trabajo muy importante no sólo personal, sino creo que para la trayectoria histórica de lo que es el trabajo cinematográfico en nuestro país.

Pero si nos vamos al terreno de la docencia, que es el que a mí me afecta, y cogemos la lista de las catedráticas de Comunicación Audiovisual en nuestro país, si no me equivoco, creo que hay dos o tres catedráticas en una lista de cuarenta catedráticos, y eso es síntoma de algo. Por supuesto ya es un avance que haya dos catedráticas, pero vuelvo un poco a la idea inicial, a eso del cabreo general de «es lo que me ha tocado vivir», me ha tocado vivir que hay dos catedráticas, que si vamos a los departamentos de Comunicación Audiovisual de toda España somos muy pocas las mujeres titulares y cada vez hay más y afortunadamente las clases de Comunicación Audiovisual cada vez tienen una presencia más femenina, que hay mujeres estudiando ese tema; pero si cogemos la lista de todos los titulares del Área de Comunicación Audiovisual hay un porcentaje muy pequeño de mujeres titulares, y eso es una obviedad. Y no significa, como digo, que no sea algo muy importante. Pero son cuestiones que van muy lentas y el problema es una cuestión de inquietud personal: no voy a estar mucho tiempo aquí y lo que me toca vivir es esto.

Y me toca vivir cuántas rectoras hay en nuestro país, cuántas directoras de canales de televisión, y no quiero decir que las llegue a haber, pero, como os decía, para que hubiese la mitad de ministras alguien tuvo que decir que las tenía que haber. Podría contar cientos de anécdotas que me han sucedido y como a mí imagino que a cientos de mujeres haciendo producción, en el mundo académico, en la vida misma, pero creo que no tiene ningún sentido contar anécdotas que no vienen al caso y que a lo mejor dan una imagen errónea y se equivocan con ese victimismo de fíjate lo que me ha pasado, pero sí desde el mundo de la docencia he vivido situaciones que me han cabreado muchísimo en relación a la proyección de mi alumnado y, en concreto, de mis alumnas.

Jamás en la vida me han dicho «no puedes mandar a estos alumnos por esto» y sin embargo me lo han dicho de las mujeres. Y me lo dicen productores españoles que cobran subvenciones públicas y que trabajan en este país, y cuando vives esas cosas no te queda otra que batallar contra eso, seguir adelante, que enfrentarte a todo y además no lo puedes contar porque siempre hay alguno que te dice, es la típica anécdota de «ya estáis las mujeres diciendo...». Entonces dices, sin ningún problema, batallamos en silencio pero batallamos. No he pasado porque pasen esas cosas, pero suceden. He hecho un montón de entrevistas, he entrevistado a gente que venía a trabajar en equipos conmigo, me han hecho un montón de entrevistas laborales. Y os puedo asegurar que las cosas que te preguntan, las miradas, nada es igual. Por supuesto, nada es igual, sería absurdo pensar que las miradas entre un hombre y una mujer tengan la misma relación o sentido, deberían de tenerlo pero sabemos que no es así. Pero cuando vas a hacer una entrevista de trabajo hay determinadas cosas que pesan en la mente de los que todavía mantienen una relación y una forma determinada de ver la vida. Y eso hay que vivirlo y hay que pasar por ello y hay que explicarlo.

Parece una obviedad, pero en las asignaturas del *practicum* a veces hay que explicar determinadas cosas o hay que avisar de ciertas cosas porque hasta que no sales al terreno profesional no te das cuenta de lo que es (te das cuenta de otras cuestiones, pero no alcanzas a imaginar en qué se puede convertir). Pero es igual que en el mundo académico, es decir, depende de con qué tipo de personas des en la vida, pero en el mundo académico sí que puedo decir que los que han tenido los puestos directivos de departamento, de cátedras, de titularidades, tienen una comprensión más contemporánea de cuál es la situación que debíamos tener y no tenemos por un montón de antecedentes históricos.

Tenía muchas cosas apuntadas pero siempre me pasa lo mismo, me lío y no soy demasiado clara, pero no sé si de alguna manera... quería poner de manifiesto fundamentalmente eso, tener que venir aquí a hablar en una mesa de cuál es la situación de la mujer creo que está bien que haya que hacerlo, pero me cabrea, me cabrea porque me hubiese gustado vivir en otro mundo donde no tuviese que venir a hablar de la cuestión de la mujer y la producción. Si estamos aquí es por esto, porque hay algo que es particular y es particular que las cosas, aunque funcionan porque es lo que hemos estado diciendo, que ya hay mujeres dirigiendo el Ministerio de Cultura, aunque ya hay mujeres en las direcciones generales de cultura, que casi siempre estamos en estas cuestiones de la cultura, afortunadamente y de la misma manera tenemos una vicepresidenta del gobierno porque hay un señor que se empeña en que tengamos una vicepresidenta, y no me quiero extender más porque la mañana es larga y hay muchas cosas. Simplemente quería hacer esa invitación, es decir, ir al IMDB y ver las fichas técnicas de las películas españolas y creo que los datos están ahí; después cada uno hará las lecturas que quiera, pero lo reflejan todo. Y sólo las batallas personales creo que son las que han hecho mucho por la mujer y debéis seguir haciendo

muchas más porque son las que hacen que intentemos corregir esta cuestión histórica que pesa y que está ahí.

Lourdes Rubio

Resumiendo un poco la intervención de ellas tres, creo que deberíamos quedarnos con algunas cosas: que estamos aquí las mujeres porque ha habido otras que han hecho una gran labor con anterioridad; que somos muchas pero que todavía no somos lo suficientemente representativas, y creo que hay otras cosas que ha dicho Rosa que son muy interesantes, que son la de aprender a ser espectadores y también la de reflexionar un poco sobre la imagen que se proyecta de hombres y mujeres en el cine, en la televisión y en todos los aspectos creativos. Si tenéis alguna pregunta o algún comentario al respecto...

582

Intervención 1: *Javier Marzal*

Yo simplemente quería hacer una matización por alusiones en cierta medida. Cuando estuvimos diseñando la estructura del congreso, en el comité organizador, en un principio nos hicimos la misma reflexión que se ha traslucido de alguna manera en las distintas intervenciones en la mesa: por qué hacer una mesa hablando sobre el papel de la mujer en la industria del cine. Pero haciéndonos la reflexión nos dimos cuenta de que era algo importante hacerlo porque era una manera de visibilizar algo que se queda totalmente neutralizado, a lo que no se le da ninguna importancia y que queda totalmente oculto. Un poco en la línea de lo que antes señalabas respecto a ciertas medidas que se toman desde arriba para procurar compensar, equilibrar el desequilibrio que se viene dando hasta ahora. Ése era el objetivo, pero somos todos plenamente conscientes de que la misma existencia de un espacio creado al efecto es algo que cruje mucho y chirría bastante; sólo quería referirme a esta cuestión, subrayarla porque en una situación normal esperemos estar caminando y construyendo la normalidad y creo que dentro de treinta años estas cosas habrán pasado a la historia directamente y no serán necesarias porque en cualquier tipo de debate será indistinto y, en este caso, en el mundo del desarrollo empresarial, de la producción, del ámbito audiovisual, no tendrá sentido hacer referencia a cuestiones relacionadas con el género a no ser tal vez con cuestiones relacionadas con la construcción de la mirada, la mirada femenina, la masculinidad de la mirada, y efectivamente ésas sí que son cuestiones de carácter cultural que tienen su supuesto, su fundamento psicobiológico y van a seguir teniendo evidentemente sentido porque ésa es la estructura misma, la condición antropológica humana. Era lo que quería matizar.

Intervención 2: *Rafael López Lita*

Yo quería simplemente señalar que tienes razón, que hay pocas mujeres catedráticas en nuestra área de conocimiento; hay cuatro, no dos o tres. Hay cuatro: una en Valencia, otra en Barcelona, otra en Santiago y otra en Madrid.

Carmen Ciller

Me estaba refiriendo a las que aparecen en el listado que tienen posibilidad de acceder a los tribunales de habilitaciones y que tienen tramos de investigación.

Intervención 2: *Rafael López Lita*

La última que ganó la oposición fue Carmen Cafarell, que ingresó en la nómina de catedráticas. Lo que sí que es cierto, y estoy seguro, es que dentro de unos años esto no será así; por ejemplo, el número de tesis doctorales va al revés. Yo he dirigido personalmente alrededor de 30 tesis doctorales de las que seguramente 20 eran de mujeres, o sea, que la proporción de tesis doctorales es dos por una en el área nuestra. Y por los tribunales en que estás y todo esto, se ve que llegará, pues hace unos años era al revés, dos por uno pero al revés. Dentro de unos años se irá equilibrando el número en el área. No sé la cifra exacta, pero habrá un tercio seguro de titulares y seguramente muy pronto habrá el equilibrio ya. En ese sentido vamos caminando yo creo que bien.

Intervención 3: *Javier Marzal*

Hay una cuestión que he olvidado nombrar y es que respecto precisamente a la población de estudiantes que tenemos en este momento, estaremos cercanos al 70% de alumnas mujeres respecto a la de hombres como alumnos de las carreras de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas, que son las dos que tenemos aquí, y a nivel global de esta Universidad el vicerrector de ordenación académica hace poco tiempo hizo una reflexión que nos pareció a todos bastante interesante en cuanto a que el porcentaje de mujeres no deja de crecer, no está dejando de aumentar año a año pero, además, a gran velocidad. En esta Universidad precisamente estamos en un entorno en el que hay un nivel de empleo muy, muy alto, no hay desempleo prácticamente en la provincia y se está observando un curioso fenómeno: que cada vez hay menos hombres estudiando en la Universidad, y dentro de veinticinco años, quince, veinte años se van a ver los efectos y se va a producir una revolución muy notable al ver a muchas mujeres como empresarias, gestoras y en todos los tipos de puestos. Pero es un fenómeno que avanza muy lentamente y mientras tanto tenemos que seguir cabreados, como decía Carmen.

Intervención 4

Una cosa al hilo de una observación que hacía Rosa, que decía no saber si existe el género películas de mujeres. Solemos tener en la cabeza siempre que el género es una cuestión inmutable, me refiero al género cinematográfico, y nos queda muy claro que hay un melodrama, un *western*, un tal o un cual; sin embargo, desde los años setenta, con un trabajo pionero de Molly Haskell sobre el tema, ésta empezó a hablar de *woman's films*, y cuando hablaba de *woman's films* mayoritariamente hablaba del melodrama protagonizado por mujeres, pero progresivamente en el área anglosajona

se ha extendido la terminología *woman's films* hasta abarcar incluso las películas de autor hechas por mujeres. Esa tradición no existe en la Universidad española, no existe en nuestro ámbito de trabajo habitual, que es bastante más abierto y bastante más investigador de lo que suele ser la crítica de cine convencional para la que evidentemente los géneros son los de siempre y no se puede ni tocar una coma, entre otras cosas porque vivimos en un contexto en el cual la crítica cinematográfica española creo que en su mayoría abrumadora, me refiero a medios verdaderamente influyentes, ha caído en el más absoluto de los conservadurismos. Desde aquí me parece una instancia perfecta y un momento perfecto para reivindicar otra mirada respecto a la noción de género y que empecemos también a pensar que la historia del cine español es también la historia de una serie de textos, de proyectos de productoras, muchos de ellos destinados a un público femenino, como ya es otra historia y para eso estamos nosotros; y más a tener en cuenta la categoría *woman's films* películas de mujeres o para mujeres que me parece a mí muchísimo más productivo que seguir hablando en ciertos términos o en ciertos momentos de la diferencia bizantina y muchas veces difícil de establecer entre un tipo de drama, un melodrama o un no sé qué o un no sé cuantos.

Respecto a la intervención de Carmen sí digo que, si hay algo que caracteriza el mundo de la producción española de los últimos veinte años, es justamente no la eclosión sino la irrupción violenta de las mujeres en tareas de responsabilidad intermedia e intermedia-alta, es decir, no existe la figura del director general de producción femenino en el cine español, yo diría incluso que ni siquiera en productoras españolas creadas por mujeres, como puede ser Bosco Films, la productora de Ana Mariscal, o como podría ser Tiris Films, la productora de Esther Díaz; que ni siquiera en ese tipo de productoras, estoy hablando de productoras activas en los años cincuenta y sesenta, existía la figura femenina de una directora general de producción y sin embargo desde finales de los ochenta hasta aquí se asiste a una yo diría que muy rápida implantación de la figura de la directora de producción, incluso de la productora ejecutiva, y de la productora delegada cada vez más. También desde los años noventa, cuando existen estas inversiones de grupos no directamente cinematográficos sino vinculados a otras áreas del audiovisual, es muy habitual en esos *cast* que tú decías de mirar en el IMDB, existe cada vez más la figura de la productora ejecutiva, de la productora delegada y de la directora de producción, lo cual a mí me parece que es uno de los fenómenos reseñables del cine español de los últimos años, por lo menos en la escala en la cual nos estamos moviendo nosotros aquí que es el mundo de la producción.

Carmen Ciller

Fundamentalmente en la dirección de producción, en la dirección ejecutiva, es decir, está pasando, pero no con la misma importancia. Además, hay grandes directoras de producción y una de ellas es Esther García, que creo que hay que mencionarla, de *El*

Deseo. Pero no... después son productoras ejecutivas y no hay tanta participación, es decir, en lo que es la propiedad de las películas y eso está en los IMDB y está en las fichas técnicas. Que cada vez es mayor, por supuesto, y además es en el ámbito donde cada vez es más notorio. Porque no en todos los otros ámbitos de las parcelas del cine: no conozco directoras de fotografía, no conozco sonidistas mujeres, es una realidad. No es que nos hayan relegado, pero hemos tomado la dirección; a mí me parece fantástico, soy de producción, por lo tanto la organización y la supervisión de lo que deben ser las producciones me parece que es el *crack* de la producción junto con la dirección y veo que es como ese ámbito donde... «vosotras que sois organizaditas y que lo tenéis todo así muy esto y que servís mucho para las cuentas y para organizar la vida a la gente», pero en las profesiones técnicas fuertes yo no veo presencia de mujeres, y el problema no es que no vea presencia de mujeres, es que no veo inquietud de la gente que estudia por esto. Ésa es la preocupación. Y eso que en las escuelas de ciclos formativos me consta, porque lo he vivido, que hay un gran número de chicas en los de imagen, pero claro, es lo que decía, luego los productores te llaman y te dicen «es que las chicas sois muy frágiles y no podéis llevar una cámara». Con ese tipo de mentalidad en señores que cobran dinero público para hacer sus producciones, hay determinadas parcelas de la producción que siguen siendo terrenos masculinos. Y es así, los eléctricos, la fotografía fundamentalmente, efectos especiales...

Intervención 5

Quiero primero felicitaros por la charla, y segundo, se me ha adelantado un poco Javier Marzal, pero quería dar un punto de vista desde el otro lado de la grada y sólo quería remarcar que en nuestra clase, por ejemplo, yo soy de 5.º de Comunicación Audiovisual (de hecho vengo de informática, con lo que os podéis imaginar cómo está el panorama allí; si esto os parece grave, deberíais ver cómo está allí el tema), mi experiencia es que desde cuarto sí que se ve una participación femenina increíble en todos los ámbitos: en fotografía, en montaje, en efectos especiales, sonido, creo que se está normalizando mucho la situación hasta el punto de que yo mismo me he preguntado hoy: «¿realmente esta charla era necesaria?». Porque, desde mi posición, ya no te preguntas si la otra persona es una mujer o no, piensas en términos de personas y yo creo que eso implica que se están siguiendo los pasos adecuados y que a medio-corto plazo se va a normalizar mucho la situación, y básicamente es eso: yo también estoy asistiendo al fenómeno de que al estar rodeados de mujeres en un panorama de igualdad empezamos a intercambiar las cosas buenas por parte de los dos mundos; yo me pongo a llorar como una magdalena cuando veo los anuncios de Coca-Cola o me pasaría lo mismo si oyera mi música sonando, se me caerían las lágrimas y no importaría dónde, quiero decir que la situación se está normalizando y supongo y espero que a medio plazo las cosas se vean como se tendrían que ver sin ver mujeres u hombres más que para términos académicos y cosas puntuales. Muchas gracias.

Intervención 6

Yo quería apuntar un tema que Rosa ha mencionado y me parece fundamental, es decir, la calculadora y los porcentajes son importantes para el mundo laboral, pero hay una cuestión por encima que creo no se debería olvidar, y es el tema de la mirada; ahí no es tanto una cuestión de género como una cuestión de imperativos de mirada mucho más amplios y de mucho más arraigo, y yo creo que ésta es la verdadera batalla. Cuando hablabas de guionistas, en el Hollywood de los años veinte hay muchas mujeres guionistas y son precisamente las responsables de aportar el toque femenino a la mirada masculina y eso es algo que se sigue produciendo en la actualidad. Con Rosa hablábamos de las series de Ana Obregón detrás de las cuales hay mujeres y, por tanto, son cómplices de la mirada masculina, y éste verdaderamente es un objetivo mucho más allá de la calculadora y de los porcentajes que evidentemente en términos de mercado laboral es importante, pero el discurso ideológico está en la mirada y no en los porcentajes de quién hace el discurso.

Lourdes Rubio

Creo que sí, que lo que ha dicho Esteve en relación a las palabras de Rosa es fundamental y que ésa es la visión que tenemos que tener y la opción. Muchas gracias a todos por estar aquí.