



Jornades de Foment de la Investigació

**S(C)INERGIAS
TELEVISIVAS: LOS
AÑOS 50, EL FIN DE LA
ERA DE LOS ESTUDIOS
DE HOLLYWOOD, LAS
TRANSFORMACIONES
DEL MEDIO TELEVISIVO
Y LA GENERACIÓN DE
LA TELEVISIÓN COMO
ECOS DEL HOY**

Autors

Iván BORT.

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy¹

Iván Bort Gual

Personal Docente Investigador

Becario de Investigación (BFPI) de la Generalitat Valenciana

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Grupo de investigación ITACA-UJI

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Universitat Jaume I

ivan.bort@com.uji.es

Durante la década de los cincuenta van a producirse los más decisivos cambios, mutaciones y transformaciones en la historia de la televisión norteamericana.

(Castro de Paz, 1999: 29)

¹ Grupo de Investigación ITACA-UJI. El presente trabajo ha sido realizado con la ayuda del Proyecto de Investigación “Nuevas Tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales contemporáneos”, financiado por la convocatoria del Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Ciencia e Innovación, para el periodo 2008-2011, con código CSO2008-00606/SOCI, bajo la dirección del Dr. Javier Marzal Felici.

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

El primer punto de partida de la coexistencia entre el medio televisivo y el cinematográfico lo situamos en la década de los cincuenta, coincidiendo con la crisis de los estudios hollywoodienses, la primera etapa de la edad de oro televisiva norteamericana y el surgimiento de una hornada de cineastas procedentes de la pequeña pantalla que acertó a denominarse la generación de la televisión.

Numerosas investigaciones de distintos orígenes confirman que hoy los cines se vacían, existe una crisis en Hollywood – al menos de ideas – y la mayor competencia que tienen las butacas de las salas comerciales se encuentra en los sofás de los hogares. En la actualidad existe una mayor oferta de ocio en el hogar potenciada y protagonizada casi en su totalidad por el fenómeno Internet, pero sin duda sigue asociándose el consumo audiovisual al salón de casa delante del televisor – independientemente del carácter o el origen de este visionado, DVDs, eventos en directo, programación televisiva en abierto, cable, grabaciones, contenidos descargados de la red, multimedia, videojuegos... –. Esta situación socioeconómica experimenta un curioso eco en la de hace cinco décadas – salvando las lógicas distancias –, lo que sugiere una revisión que permite esclarecer muy curiosamente que la relación entre cine y televisión ya hace mucho tiempo que estriba en condicionantes relevantes en la sociedad del consumo y que ayuda, sin duda, a entender un poco más qué es lo que está sucediendo en el escenario audiovisual contemporáneo que pretende investigar este estudio.

1. HOLLYWOOD A.T. (ANTES DE LA TELEVISIÓN)

Antes de adentrarnos en el periodo fundamental que supone la década de los cincuenta a la hora de analizar el contexto sociológico norteamericano en las relaciones entre cine y televisión, conviene hacer una breve introducción a los aspectos más importantes que marcaron la situación previa a la aparición del nuevo discurso televisivo. Para ello seguiremos a Gomery en su libro *Hollywood: el sistema de estudios* (1986: 12-233).

1.1 La era de los estudios²

La expresión era de los estudios designa el periodo comprendido entre 1930 y 1949, y supone una de las tres etapas principales de la historia del cine norteamericano. Desde el momento en que una película se utilizó por primera vez para entretener a las masas – y generar beneficios – hubieron de transcurrir treinta años hasta que surgió una industria multimillonaria. Este periodo de formación constituye la primera etapa. La era de los estudios definió la segunda. Para Gomery, actualmente nos encontramos aún en la tercera: «aquella en la que las producciones independientes rodadas en exteriores constituyen la norma e ir al cine no es un hábito nacional sino una costumbre restringida a los jóvenes en época de vacaciones navideñas o veraniegas» (1986: 227). Obviamente, esta apreciación tan simplista puede aquejar cierta obsolescencia, pues el escrito de Gomery cuenta con más de veinte años de antigüedad, no obstante, a tenor de lo estrictamente relacionado con la época que analizamos en el presente apartado, y más allá de pretender clasificar la contemporaneidad

² Gomery señala, sin embargo, que el término “estudio” «es un error que ha prendido» y remite como expresión más adecuada «sociedad cinematográfica» (Gomery, 1986: 20)

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

de nuestro audiovisual como una nueva etapa, nos interesará detenernos en esa segunda etapa de la historia del cine norteamericano y los motivos de su transición hacia la tercera, sea cuando sea que ésta haya concluido o, si lo hace, vaya a concluir.

El punto de inflexión que supone el fin de la era de los estudios es sumamente importante porque representa el cambio definitivo en la manera de entender el concepto «ir al cine». De la era de los estudios permanece aún hoy el dominio de la distribución mundial por parte de las compañías principales. Se trataba de sociedades gigantescas que procuraban diferenciar sus productos para, de esta manera, acaparar más beneficios. Cada sociedad adoptaba estrategias económicas con leves diferencias respecto a las demás, pero, en última instancia, estaban unidas inexorablemente por unos acuerdos básicos de distribución y exhibición. Las diferencias entre las corporaciones deben considerarse, por tanto, distintos rasgos de una misma industria, diversas características de un engranaje económico que funcionaba a la perfección.

1.2 Las cinco grandes y las tres pequeñas

Durante estas dos décadas, la estructura de la industria del cine norteamericana era muy clara. Se trataba del dominio absoluto de las cinco grandes y las tres pequeñas. Estas dos catalogaciones utilizadas hasta la saciedad por Gomery correspondían a los dos grupos de sociedades cinematográficas reinantes en la época. Cada una de las cinco grandes – Paramount, Loew's/Metro Goldwyn Mayer, Warner Bros., Fox y RKO (Radio-Keith-Orpheum) – disponía de amplios estudios en el sur de California, redes mundiales de distribución e importantes circuitos de exhibición. Las tres pequeñas – Universal, Columbia y United Artists – sólo disponían de unidades de producción y distribución. En términos de activos totales, las cinco grandes sociedades eran cuatro veces más grandes que las tres pequeñas. Estructuralmente, la industria del cine consistía en un puñado de compañías cuya conducta bastaba para recordar a los observadores atentos que estaban perfectamente dispuestas a aprovechar al máximo las ventajas de su poder oligopólico y vertical. Y es que la principal fuente de poder de las grandes compañías de Hollywood no radicaba en la producción, como cabría esperar, sino en las redes de distribución que poseían en todo el mundo, que les proporcionaban enormes ventajas en cuanto a los costes, y, sobre todo, en los circuitos de exhibición, a través de los cuales tenían acceso directo a las taquillas. Las cinco grandes compañías totalmente integradas no eran propietarias de todas las salas de Estados Unidos, “sólo” de las que generaban las tres cuartas partes de los ingresos. Las películas más populares se estrenaban en sus salas, que las exhibían en exclusiva en todos los barrios de las grandes ciudades o en sus alrededores. Así, «cualquier análisis de la industria cinematográfica durante la era de los estudios debe atender a la exhibición» (Gomery, 1986: 25).

En la Fig. 1 podemos ver un cuadro resumen de las salas que había en Estados Unidos en 1945. Aunque los cines grandes – salas de más de 1.200 localidades – eran relativamente escasos, acogían más espectadores que el resto de los 10.000 cines pequeños – salas de hasta 500 localidades –. La mayoría de estos últimos se encontraba en zonas rurales o en las cercanías de las zonas comerciales de las grandes ciudades. Los más grandes estaban en los centros de las grandes ciudades o en las zonas comerciales cercanas a las cincuenta

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

Localidades	Salas	Porcentaje del total de salas	Porcentaje del total de localidades
1500+	996	5,4	21,7
1201-1500	732	4,0	8,6
1001-1200	801	4,4	7,7
751-1000	2687	11,3	15,8
501-750	2979	16,2	16,2
351-500	4311	23,4	15,9
0-350	6507	35,3	14,1
Total	18.413	100	100

Fig. 1 Clasificación de los cines existentes en Estados Unidos en 1945 por número de localidades (Gomery, 1986)

ciudades más pobladas de Estados Unidos. Las cinco grandes poseían, sobre todo, salas grandes, con lo que controlaban el 25 por ciento de las localidades del país. En conjunto, las grandes compañías controlaban más del 70 por ciento de los cines de estreno de las noventa y dos ciudades con una población igual o superior a 100.000 habitantes en 1940.

Por si todos estos números relacionados con la importancia de la exhibición supieran a poco, los exhibidores buscaron fuentes de ingresos adicionales: empezaron a venderle directamente comida al público en lugar de dejar que se fuera a las tiendas, carritos o puestos de palomitas cercanos. Casi todos empezaron a vender dulces y pronto empezaron a experimentar con otros tipos de comida. Las palomitas se convirtieron muy pronto en la pieza fundamental de toda la operación. A diferencia de los dulces, poseían un aroma atractivo – que curiosamente hoy en día ya todos relacionamos con “el cine” – que llenaba los vestíbulos cuando los clientes permanecían en ellos antes de entrar o entre películas. Las palomitas eran fáciles de hacer y les gustaban a los espectadores de todas las edades. Para complementar las saladas palomitas los exhibidores introdujeron la venta de refrescos variados – Coca-Cola dominaba este mercado –, cuyas ventas alcanzaron cifras astronómicas. Las cinco grandes podían permitirse comprar cargamentos enteros, obteniendo sustanciales descuentos. No es de extrañar pues que, combinando esta venta de comida y refrescos con otras nuevas estrategias como la instalación de aire acondicionado en las salas, y la inclusión de programaciones múltiples, los exhibidores convirtieran el intermedio en un rito. Al terminar la primera película se encendían las luces y los espectadores acudían al vestíbulo a comprar palomitas, dulces y refrescos. La presentación de los futuros estrenos devolvía al público a la sala. El esquema era: película, comida, película.

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

El sistema de estudios era tan sólido que sólo incidencias ajenas a su control podían provocar en él transtornos de alguna importancia. Sin embargo, uno de ellos fue el que marcó para siempre su derrumbamiento y, por tanto, la transición hacia los años 50 y las primeras s(c)inergias televisivas.

1.3 Impactos externos

Gomery (1986: 35-37) señala «tres impactos externos» que sufrió la era de los estudios y que condicionaron irreversiblemente el fin de su trascendental papel en la historia del cine norteamericano. Dejaremos para el final el que creemos fue el desencadenante de mayor peso para confirmar el agónico fin de este sistema económico, y repasando en primer lugar los otros dos.

El primero fue obvio y se debía al impacto que tuvo la Depresión en la economía norteamericana. La demanda descendió debido a la disminución de los ingresos. Aunque es difícil encontrar estadísticas fiables, parece ser que los ingresos en taquilla cayeron un 25 por ciento. Los clientes buscaron sustitutos más baratos – como por aquel entonces era la radio – o limitaron sus salidas mensuales al cine. Las cinco grandes recortaron los salarios, buscaron nuevas fuentes de ingresos e hicieron frente a la situación como buenamente pudieron, para acabar finalmente sobreponiéndose.

El segundo de los impactos externos, tan lógico como inevitable y fundamental, fue la Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Al ir propagándose las hostilidades por Europa y Oriente a finales de los años 30, los ingresos procedentes del extranjero de las cinco grandes y las tres pequeñas descendieron. Gradualmente fueron perdiendo mercados europeos y en el Lejano Oriente, que sumaban en conjunto entre el 35 y el 50 por ciento de los ingresos extranjeros. Cuando Gran Bretaña entró en guerra en septiembre de 1939 y comenzaron los bombardeos alemanes, algunas salas cerraron, pero una vez que los británicos se acostumbraron, los ingresos procedentes del Reino Unido fueron el doble que antes de la guerra. En los demás lugares, la Segunda Guerra Mundial consiguió lo que no habían logrado las cuotas, los impuestos y los aranceles: el cierre parcial de la distribución exterior de películas de Hollywood. Para compensar la pérdida de los mercados europeos y del Lejano Oriente, se volcaron en América Central y del Sur. Sin embargo, el mercado del cine durante la Segunda Guerra Mundial presentaba unas perspectivas muy distintas en Norteamérica. El mercado interior vivió los cinco mejores años de la historia del cine, compensando ampliamente la pérdida de los mercados extranjeros. Los negocios, especialmente en las ciudades con industrias de guerra, florecieron como jamás lo hicieron antes. Los ingresos en dólares reales alcanzaron su punto máximo en 1946, así como la frecuentación demográfica. Al restringirse la producción, el número de películas descendió. Daba igual. Los ingresos por película aumentaban más deprisa que los costes. Pese a que la producción de la industria cinematográfica norteamericana no ha tenido nunca excesiva importancia en lo que a actividad económica real se refiere – en sus mejores años los ingresos no suponían más del 0,5 por ciento del total de la renta nacional de los Estados Unidos – durante el año 1946 se obtuvieron los mayores beneficios de la

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

Año	Beneficio neto (millones de dólares)							
	Paramount	Loew's	Fox	Warner Bros.	RKO	Universal	Columbia	United Artists
1930	25,0	14,6	6,5	7,0	3,4	(2,2)	1,0	0,4
1931	8,7	11,8	(2,3)	(7,9)	(5,7)	0,4	0,6	0,9
1932	-	8,0	(9,2)	(14,61)	(11,2)	(1,7)	0,6	(0,3)
1933	-	4,3	1,7	(6,3)	(4,4)	(1,0)	0,7	0,1
1934	-	8,6	1,4	(2,5)	(0,3)	0,2	1,0	1,1
1935	-	7,5	3,5	0,7	0,7	(0,7)	1,8	1,5
1936	4,0	10,6	7,7	3,2	2,5	(1,8)	1,5	0,9
1937	6,0	14,3	8,6	5,9	1,8	(1,1)	1,3	0,8
1938	2,8	9,9	7,3	1,9	0,0	(0,6)	0,2	0,3
1939	2,8	9,5	4,2	1,7	(0,2)	1,2	0,0	0,4
1940	6,4	8,7	(0,5)	2,7	(1,0)	2,4	0,5	0,2
1941	9,2	11,0	4,9	5,5	1,0	2,7	0,6	0,1
1942	13,1	11,8	10,6	8,6	0,6	2,8	1,6	0,1
1943	14,6	13,4	14,4	8,3	6,9	3,8	1,8	1,0
1944	14,7	14,5	15,1	6,9	5,2	3,4	2,0	(0,3)
1945	15,4	12,9	15,7	9,9	6,1	4,0	1,9	0,6
1946	39,2	17,9	25,3	19,4	12,2	4,6	3,4	0,4
1947	28,2	10,5	15,9	22,0	5,1	3,2	3,7	0,5
1948	22,6	4,2	13,8	11,8	0,5	(3,2)	0,6	(0,5)
1949	20,8	6,0	13,5	10,5	-	(1,1)	1,0	(0,2)

Fig. 2 Balance de beneficios de las cinco grandes y las tres pequeñas durante la era de los estudios (Adaptado de Gomery, 1986)

era de los estudios de Hollywood (Fig. 2). En términos de dólares reales, los beneficios correspondían a las sociedades, que no volvieron a obtener ingresos semejantes hasta los años 70. A la industria cinematográfica norteamericana le habría encantado que la guerra siguiera, por lo menos en casa, para siempre.

Comprobamos de esta forma cómo el poderoso engranaje del sistema de estudios pudo ir inteligentemente sobreponiéndose a los impactos externos que le afectaban a distintos niveles. Sin embargo, es en 1949 cuando se data el derrumbamiento de este fructífero y prolífico artefacto industrial, y hemos de recurrir al tercer y más importante impacto externo para explicar la debacle. El principio del fin – pues veremos que aunque fue el verdugo último de la era de los estudios, las consecuencias finales de este impacto se dieron progresivamente en el tiempo – se produjo a raíz de que en 1938 la administración del presidente Franklin Roosevelt cambiara de política y presentara una demanda contra las actividades monopolistas de las cinco grandes y las tres pequeñas. Fueron acusadas de conspirar para fijar los términos contractuales de la distribución, la exhibición y sus plazos, las carencias y los precios de admisión. En 1940 todas las partes firmaron una avenencia sujeta

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

a la aprobación del tribunal por la cual se fijaba un extenso sistema de normas reguladoras de las prácticas comerciales y para la solución de disputas. Apenas se produjeron cambios. En 1944 el gobierno retomó el caso y presionó a las cinco grandes para que se desprendieran de sus – económicamente indispensables, como hemos comprobado – circuitos de exhibición. El tribunal Supremo de los Estados Unidos las obligó a desvincular la producción de la exhibición por un fallo del 25 de Julio de 1949, marcando de forma decisiva el final de los veinte años de vida de la era de los estudios. Aunque como veremos en las líneas inmediatamente subsiguientes, la decisión no se aplicó en toda su extensión hasta principios de los años cincuenta, las presiones fueron constantes a partir de 1938, en un arduo a la par que lógico proceso de resistencia por parte de las cinco grandes, que trataban de salvar un sistema que le reportaba beneficios capitales, pero que por diversos motivos sociales y políticos perdieron el caso.

1.4 Afrontando el cambio

Las cinco grandes y las tres pequeñas experimentaron comportamientos muy diversos ante la determinante sentencia del Tribunal Supremo. A continuación vamos a resumir brevemente, a modo de transición entre la era de los estudios y la entrante década de los cincuenta – en la que comprensiblemente nos detendremos por su importancia capital en nuestra investigación –, las distintas decisiones que tomaron para afrontar la nueva situación cada una de las sociedades cinematográficas.

1.4.1 Paramount

El fin del imperio Paramount – la que fue la sociedad cinematográfica más poderosa entre las surgidas en los años 20 que consiguió culminar la transición a la era de los estudios – se produjo en 1949. Tras la decisión del Tribunal Supremo relativa a las actividades monopolísticas, Barney Balaban, presidente de la corporación, que seguía buscando un lugar en el cada vez más amplio pero todavía embrionario mercado televisivo, ordenó que la sociedad acatara la decisión del tribunal y se desprendiera de su cadena de cines. Paramount Pictures conservó el estudio y la organización de ventas, unas 380 salas en otros países, sobre todo Canadá, el valor residual de las películas antiguas, las acciones de la empresa DuMont y el canal de televisión KYLA de Los Angeles. Estos tres últimos activos se conservaron para contribuir a la empresa televisiva. Así pues, si bien la Paramount alcanzó su cénit en 1946 gracias a estrellas de la radio y de la escena, y aunque trató de desempeñar un papel relevante en el mundo de la televisión, fue su filial, el circuito de exhibición United Paramount Theaters, bajo la dirección de un antiguo ayudante de Balaban, Leonard Goldenson, la que en 1970 se convirtió en una de las cadenas televisivas que dominan Estados Unidos, la ABC. Paramount Pictures fue vendida a un conglomerado de empresas, Gulf & Western, en 1967, y con el tiempo, llegó a ser uno de los principales proveedores de la televisión, haciendo realidad, aunque parcialmente, la visión de Barney Balaban.

1.4.2 20th Century-Fox

En 1951, 20th Century-Fox se avino a acatar el fallo del tribunal según el cual debía deshacerse de su circuito de exhibición. El estudio vivió momentos de esplendor en los años 50 gracias a las películas en CinemaScope³, introducido por Fox en *La túnica sagrada* (*The Robe*, Henry Koster, 1953) y a una nueva estrella: Marilyn Monroe. Durante dicha década obtuvo 60 millones de dólares en beneficios, disputándole a Paramount el liderazgo de la industria. En 1956 dio comienzo para la compañía la transición hacia la era de la televisión. Ese año Darryl Zanuck dejó el estudio, tras más de veintiún años en él, para dedicarse a la producción independiente. Obviamente, la distribución de sus películas quedaría en manos de Fox, que probó con varios jefes de estudio pero ninguno funcionó. Tras el desastre de *Cleopatra* (*Cleopatra*, Joseph L. Mankiewicz, 1963) Zanuck volvió como presidente de la compañía, pero las técnicas que tan buen resultado le habían dado en los años 30 y 40 no resultaron productivas en el Hollywood de los 60. *Sonrisas y lágrimas* (*The Sound of Music*, Robert Wise, 1965) interrumpió momentáneamente la espiral de fracasos que provocó su partida definitiva del estudio en 1970, momento en que las deudas de la compañía ascendían a 77 millones de dólares – un récord dentro de la industria – que estuvieron a punto de hundirlo definitivamente. Su dimisión simbolizó el final de una era.

1.4.3 Warner Bros

En la década de 1950 el imperio de los hermanos Warner se derrumbó. En 1951 tuvieron que acatar el fallo del tribunal y deshacerse de sus cines. Harry y Abe Warner se fueron en 1956 tras resignar el mando al primero de una serie de dueños. Jack Warner se convirtió en productor independiente. Curiosamente, los únicos éxitos de la compañía durante ese decenio fueron precisamente series de televisión: *Cheyenne* (*Cheyenne*, William Hale, Irving J. Moore, 1955-1963); *77 Sunset Streep* (*77 Sunset Streep*, Roy Huggins, 1958-1964); *Maverick* (*Maverick*, Roy Huggins, 1957-1962). En los años 60 los largometrajes que estrenó fueron, en su mayoría, producciones independientes que iban de los espectacular, como *My fair lady* (*My fair lady*, George Cukor, 1964), producida por Jack Warner, *Camelot* (*Camelot*, Joshua Logan, 1967), o *La carrera del siglo* (*The Great Race*, Blake Edwards, 1965), a empresas más arriesgadas, como *¿Quién teme a Virginia Wolf?* (*Who's afraid of Virginia Wolf?*, Mike Nichols, 1966) o *Bonnie & Clyde* (*Bonnie & Clyde*, Arthur Penn, 1967)⁴. Tras múltiples ventas y cambios en las denominaciones, la sociedad cinematográfica de los primeros tiempos sólo pudo alcanzar fama y fortuna gracias a la promoción de las nuevas tecnologías, como su filial Atari, pionera en el ramo de los videojuegos y campo, junto con el de la televisión por cable, en el que la actual Warner está probando suerte cincuenta años después.

³ El CinemaScope, inventado por Henry Chretien, es un sistema de filmación caracterizado por el uso de imágenes amplias en las tomas de filmación, logradas al comprimir una imagen normal dentro del cuadro estándar de 35 milímetros, para luego descomprimirlas durante la proyección logrando una proporción que puede variar entre 2,66 y 2,39 veces más ancha que alta. Esto se lograba con el uso de lentes anamórficas especiales que eran instaladas tanto en las cámaras como en las máquinas de proyección. Las pantallas sobre las que inicialmente se proyectaban las películas en este sistema eran más amplias que las usadas tradicionalmente hasta 1953, y poseían una concavidad que permitía además eliminar ciertas distorsiones propias del sistema en sus comienzos. Con los años y los perfeccionamientos técnicos, dichas distorsiones fueron finalmente eliminadas y el uso de pantallas cóncavas se hizo innecesario. El CinemaScope, como tantos otros sistemas de filmación y proyección, surgió como mecanismo de diferenciación respecto a la competencia de la pantalla televisiva, problemática de la que nos ocupamos en el presente estudio

⁴ Comprobaremos próximamente cómo este filme fue uno de los más importantes de los dirigidos por los cineastas procedentes de la generación de la televisión.

(c)Inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

1.4.4 Loew's / Metro Goldwyn Mayer

En 1954, Loew's / Metro Goldwyn Mayer fue la última entre las cinco grandes en crear una filial de exhibición y en incluir en ella todas las salas que poseía en Estados Unidos. Loew's, con 3 millones de dólares en deudas a repartir entre la producción y la distribución – la nueva MGM – y la exhibición – la nueva Loew's – no completó la desvinculación hasta marzo de 1959, casi diez años después del fallo del Tribunal Supremo. Este comportamiento recalcitrante resultó un error. Mientras que Paramount, Fox y Warner, como productoras-distribuidoras, se recuperaron con cierta celeridad del desprendimiento de las salas, los beneficios de Loew's, que mantenía su integración vertical, continuaron disminuyendo. Así pues, los años transcurridos desde 1954 pueden considerarse la antítesis total del mundo estable de Loew's Inc. durante la era de los estudios.

1.4.5 Radio-Keith-Orpheum

La vida de RKO como sociedad cinematográfica fue la más breve y menos provechosa entre todas las compañías cinematográficas de alguna importancia. Pese a producir muchas películas de relevancia capital en la historia del cine, como King Kong (King Kong, Merian C. Cooper, Ernest B. Schoedsack, 1933) o la mismísima Ciudadano Kane⁵ (Citizen Kane, Orson Welles, 1941), desde un punto de vista económico, era el estudio marginal entre los más grandes, más parecido, en muchos aspectos, a Columbia y Universal, que a Loew's o Paramount. El poco éxito que alcanzó se debió, probablemente, a factores ajenos a sus largometrajes. Su circuito de exhibición, aunque nunca fue poderoso, generó constantes beneficios, excepto durante la Depresión. La sociedad no habría sobrevivido si RKO no hubiera poseído salas. Vivió su mejor época durante la Segunda Guerra Mundial y esa prosperidad llegó en un momento especialmente útil. El estudio produjo un puñado de películas populares, pero los éxitos que consiguió durante sus 28 años de vida provinieron de los largometrajes de Samuel Goldwyn (1941-1954) y la distribución de las películas de Walt Disney (1937-1954), que fueron la joya de su corona.

1.4.6 Universal, Columbia y United Artists

Las tres pequeñas de la era de los estudios – Universal, Columbia y United Artists – tuvieron su importancia dentro de la industria, pero no poseían circuitos de exhibición, por lo que carecían de la capacidad para generar ingresos y de la potencia económica de las cinco grandes. Sin embargo, lógicamente, debido precisamente a esto mismo, no se vieron directamente afectadas por la sentencia antimonopolio de 1949.

En conjunto, Universal fue una sociedad marginalmente rentable durante toda la era de los estudios. A la relativa prosperidad de que gozó durante la década de 1940 contribuyeron dos factores. En primer lugar, el nuevo equipo de gestión avistó un sector de mercado en el que Universal podía competir con toda libertad

⁵ «Sin lugar a dudas Ciudadano Kane es una de las películas más importantes de la historia del cine mundial. Actualmente este film es reconocido como una suerte de “enciclopedia”, donde se pueden hallar aplicadas las más variadas técnicas cinematográficas. Quizás, es la película que más estudios sobre cine ha suscitado, que “más vocaciones de director de cine ha despertado”, en palabras de Martin Scorsese, y es el film más estudiado en colegios, universidades y escuelas de cine, según diferentes estudios, como la encuesta realizada por el American Film Institute» (Marzal, 2004: 7), organismo, por cierto, que lleva décadas situándola en el inamovible primer lugar de su ranking de las mejores películas americanas de todos los tiempos.

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

y en el que las cinco grandes son sentían mucho interés: los cines de reestreno. Universal floreció en este mercado. En segundo lugar, el auge provocado por la Segunda Guerra Mundial benefició a todas las compañías existentes y Universal aprovechó el incremento en la demanda de películas por parte del público. En 1957, con su política de producción de películas para salas de reestreno⁶, obtuvo más beneficios que la poderosa MGM. Otro factor contribuyó a que Universal llevara a cabo con éxito la transición a la producción de películas para cine y televisión. Como Universal no poseía salas de cine, pudo adaptarse con mayor rapidez al nuevo mundo de espectáculos populares. Cuando al llegar la era de la televisión se convirtió en un conglomerado de medios de comunicación, dejó atrás a las cinco grandes y obtuvo millones de dólares de beneficios. Por fin una de las tres pequeñas llegaba a lo más alto.

Columbia fue la única productora-distribuidora de dimensiones reducidas de la era de los estudios que consiguió obtener beneficios de forma regular. Universal y United Artists no pudieron. De las cinco grandes, tan sólo Loew's igualó a Columbia en cuanto a regularidad en los beneficios. También se trató de un caso único en otro aspecto. Sus gestores y dueño, los hermanos Cohn, empezaron en el negocio antes de la era de los estudios y siguieron en él hasta mucho después de que ésta hubiera concluido. Ni siquiera los hermanos Warner duraron tanto. Columbia ilustra la importancia que tenían para una compañía pequeña los seriales y los cortometrajes. Resultaba difícil producir largometrajes de éxito, pero los seriales y los cortometrajes suponían unos beneficios regulares, si bien escasos. Columbia sólo supuso un reto para las cinco grandes durante la década de los cincuenta, cuando sus rivales ya no podían poseer salas.

La última de las tres pequeñas era United Artists, el estudio especializado más importante y que constituyó un caso único en el mundo de Hollywood por tratarse de una sociedad creada para los productores independientes que buscaban una red de distribución desligada de las cinco grandes. Durante toda la era de los estudios, UA distribuyó las películas de sus fundadores, Mary Pickford, Charlie Chaplin, Douglas Fairbanks y D.W. Griffith, así como las de Samuel Goldwyn, Howard Hughes, Darryl Zanuck y Alexander Korda. Después de la guerra, UA no consiguió adaptarse a la nueva era del mundo del espectáculo. En esos momentos las pérdidas de UA ascendían a 100.000 dólares por semana. Para afrontarlo, en 1951 la sociedad cinematográfica se hizo con las películas de una pequeña compañía: Eagle-Lion, a las que fue añadiendo títulos como Sólo ante el peligro (*High Noon*, Fred Zinnemann, 1952) o La reina de África (*The African Queen*, John Huston, 1951), con el fin de disponer de un flujo regular de largometrajes. Posteriormente, UA firmó un contrato para la distribución de las obras de Billy Wilder, John Sturges, Robert Wise, Norman Jewison y tanto Stanley Kramer como Fred Zinnemann pasaron a trabajar para el estudio. Más tarde, la serie de James Bond, cuya primera entrega fue Agente 007 contra el doctor No (*Dr. No*, Terence Young, 1962), se convirtió en una fuente de ingresos regular. A principios de los 80, se arruinó estrepitosamente al producir la película más cara del momento: La puerta del cielo (*Heaven's gate*, Michael Cimino, 1980), un homérico western crepuscular que

⁶ Es curioso cómo en la actualidad, la única forma de supervivencia – si aún existe – de las pequeñas salas en los núcleos urbanos en respuesta a los remozados multicines de los centros de ocio, consiste precisamente en la proyección de filmes fuera del circuito comercial, en versión original, y reestrenando películas otorgándoles una segunda oportunidad, desafiando y colocándose más allá del dictatorialmente pautado escenario de explotación comercial reinante.

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

recaudó en taquilla 3,4 millones de dólares, menos de la décima parte de lo que costó – 35 millones de dólares –, convirtiéndose en el paradigma del fracaso de una productora, acabando con UA y con el propio Cimino⁷. Debido a ello, Metro Goldwyn Mayer, que hasta entonces distribuía sus películas a través de UA, compró la productora convirtiéndola en una unidad de producción propia, situación que perdura hasta la actualidad.

2. LA LLEGADA DE LA TELEVISIÓN EN EL CONTEXTO SOCIOLÓGICO NORTEAMERICANO

Siguiendo de nuevo a Gomery en otro de sus exhaustivos trabajos (1996: 15), tras la Segunda Guerra Mundial, se inició una importante transformación de la industria cinematográfica de los Estados Unidos. Los aficionados al cine comenzaron a dedicarse a otras cosas como crear una familia, conseguir casas espaciosas en los barrios residenciales o comprarse un coche. El máximo apogeo en la asistencia semanal al cine – como ya señalamos – se dio en 1946, y a partir de entonces, empezó a decaer de forma constante (Fig 3), hasta el punto de llegar, a comienzos de la década de los 60, a la mitad de lo que se registraba durante la Segunda Guerra Mundial. Los ingresos en taquilla, no obstante, cayeron menos de lo previsto debido al aumento constante del precio de las entradas⁸. Hacia 1960, miles de salas de cine, que tiempo atrás habían experimentado un gran auge, cerraron sus puertas para siempre⁹.

Decíamos al principio que son múltiples las posibles razones que intentar dar una explicación al cambiante panorama audiovisual contemporáneo y a esa polémica dicotomía muerte / cambio de aspecto del cine. Algo similar sucede con la discusión sobre las causas del declive experimentado en los años 50. Según Gomery (1996: 16-65), haciendo uso de un razonamiento sencillo, directo y claro – se suele echar la culpa de este declive a la llegada de la televisión. Basándonos en este argumento, cuando en los Estados Unidos, tras la Segunda Guerra Mundial, comenzó la programación de televisión, los aficionados al cine se quedaron

7 La biografía de Michael Cimino es uno de los mayores ejemplos de ascenso meteórico y posterior caída que se ha visto en Hollywood. En 1978 dirigió la que era su segunda película: *El Cazador* (*The Deer Hunter*, Michael Cimino, 1978), con un reparto estelar, que se convirtió en un gran éxito comercial y de crítica, ganando un total de cinco Oscars incluyendo el de mejor director y mejor película. Con este triunfo como estandarte, United Artists le dio carta blanca para su siguiente film: *La puerta del cielo* (*Heaven's Gate*, Michael Cimino, 1980). El rodaje de la película fue largo y problemático al sobrepasar sobradamente el presupuesto asignado, resultando no sólo un desastre financiero sino un fracaso de público y un objetivo en el que la crítica se ensañó duramente, debido particularmente a un lamentable montaje que mutilaba el muy largo metraje de la película. A partir de entonces Hollywood volvió la espalda a Cimino, que sólo pudo trabajar en producciones de financiación independiente y no como parte de cualquier estudio.

8 Situación similar a la de hoy en día, con sistemas de venta de entradas variables dependiendo de la calidad de la proyección (digital/35mm.) y/o de las características de la sala, y que se acentúa con los indispensables ingresos complementarios por consumo de alimentos y bebidas cuyos precios están descomunadamente sobreinflados.

9 Parece obvio destacar que el cierre masivo de salas es también actualmente una realidad en nuestros tiempos. El pasado 15 de Junio cerraba en Madrid el mítico cine Palacio de la Música, en la Gran vía, tras 80 años de actividad. La Gran Vía era hasta hace unos años el Broadway español, pero la AMITE (Asociación Nacional de Amigos de los Teatros de España) señala que «el efecto dominó que comenzó con otras salas de cine como Avenida, Pompeya, Imperial, Rex o el Azul, podría afectar próximamente a cines como el Callao o el Capitol». «Madrid llegó a tener en los últimos setenta años más de 500 salas de cine y hoy no son más de 20 las que quedan en el centro de la ciudad». [Fuente: 20minutos.es] [Último Acceso: Miércoles, 6 de Agosto de 2008, a las 14:14]

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

en casa, atraídos por el nuevo y gratuito pasatiempo. Ir al cine se convirtió de repente en una actividad relativamente cara – su coste incluía la entrada, el aparcamiento y la babysitter – si se la comparaba con el nulo coste de lo que representaba pasar la noche delante del televisor. Además, la televisión podía verse en casa, sin necesidad de desplazarse. Suponía pues un pasatiempo tan barato y asequible que millones de estadounidenses abandonaron la sala de cine a favor del televisor.

No obstante, esta visión cuenta con un importante handicap, y es que en la mayor parte del país las señales de televisión no pudieron captarse hasta mucho después del declive en la afición al cine. Durante los años finales de la década de los 40 y los primeros años 50, sólo un tercio de los hogares estadounidenses disponían de aparatos de televisión. Por esta razón, son muchos los historiadores que han buscado otras razones para explicar el declive de la asistencia a las salas de cine: como las consecuencias económicas de la Segunda Guerra Mundial, que convirtieron los prósperos años de la guerra en un mundo posbélico estancado; el cambio en los ideales familiares – se pasó a vivir en las afueras para huir de los ruidos y de la congestión de las ciudades – y un auge demográfico en el que las mujeres se casaban más jóvenes y el índice de natalidad se disparaba como nunca antes lo había hecho ni lo iba a hacer después. Curiosamente, el perfil sociodemográfico del aficionado al cine del pasado – de clase media-alta, más rico y mejor educado – fue precisamente el que mejor abrazaba ese ideal de poseer una casa en una zona residencial, con una importante hipoteca que pagar y una familia de cuatro o cinco hijos. Así, parece que tal y como sucede en cualquier análisis de la situación actual, son muchos los factores coexistentes en cualquier sociedad para valorar con excesiva sencillez las relaciones directas entre causa y efecto.

Sin embargo, parece que el instinto de supervivencia de la industria es imperecedero y, al igual que en la actualidad ha sabido transformarse y situar las múltiples salas de los multicines en omnipresentes centros de ocio en las afueras de las ciudades para coincidir espacio-temporalmente con el tiempo libre de su target¹⁰, también la industria de Hollywood de los años 50 supo hacer frente a la situación de recesión reinante. Y lo hizo adaptándose a las nuevas tendencias de la sociedad del momento. Fue el estallido de los drive-in¹¹ y de los primeros cines situados en los malls¹², predecesores de los actuales centros de ocio. Similares soluciones para una situación de crisis también similar, con cincuenta años de por medio, pero sin duda lo suficientemente ilustrativas para encontrar un eco justificado en los estertores de reanimación de la industria cinematográfica de ambas sociedades.

10 Público objetivo, que en el caso de las multisalas de cine comercial suele ser un perfil sociodemográfico de clase media, adolescente o joven, de hasta 30-35 años, normalmente perteneciente a grandes ciudades o cascos urbanos con posibilidad de desplazarse a los centros de ocio de las afueras.

11 Los drive-in eran cines donde se podían ver las películas desde el automóvil. Si bien ya existían desde la década de los 30, no fue hasta entonces cuando se inauguraron miles de ellos en las afueras de las ciudades estadounidenses.

12 Zonas comerciales reservadas para peatones con hectáreas de aparcamiento y fácil acceso por autopista.

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

3. LA TECNOLOGÍA COMO ARMA DE DIFERENCIACIÓN

Otro de los factores importantes en estos primeros tiempos de encuentro entre la industria cinematográfica y la televisión reside – otra vez – en el factor tecnológico. Y vuelven a ser particularmente coincidentes muchas de las propuestas de la época con las que hoy en día podemos encontrarnos en los multicines de nuestra ciudad. La tecnología televisiva interesó pronto a todos los grandes estudios como nuevo medio de obtención de posibles beneficios, más aún después de que el Tribunal Supremo, como ya explicamos al inicio del presente capítulo, a instancias del Ministerio de Justicia, obligara a las cinco grandes compañías y a las tres pequeñas a desprenderse de sus salas de cine. Así, como resultado de este proceso antimonopolio, Paramount Pictures, Twentieth Century Fox, RKO, Loew's/MGM, Warner Bros., Universal, Columbia y United Artists perdieron el control directo del mercado cinematográfico y el acceso al mismo. Hollywood siempre tuvo desde ese momento el sueño de apoderarse del control y de la gestión de las televisiones, algo que nunca pudo completar y que aún hoy en día no ha conseguido, pese a que a efectos del campo analizado en la presente investigación – la ficción serializada dramática televisiva – está consiguiendo alianzas empresariales y beneficios a distintos niveles muy considerables.

Una de las estrategias de la industria cinematográfica de Hollywood para atraer a esa población que vivía en las zonas residenciales, fundaba familias y veía la televisión fue la proyección en las salas de cine de imágenes de televisión sobre pantalla grande. La industria cinematográfica convenció al público para que abandonara las pequeñas pantallas de sus televisores, ofreciéndoles televisión en directo sobre las pantallas del cine más próximo .

Otra vía de diferenciación entre las salas de cine y las televisiones a través del factor tecnológico, se daba con distintas innovaciones técnicas que ensalzaban la calidad de la imagen de las proyecciones de las salas en contra de las recibidas en los hogares norteamericanos. De entre los mecanismos de atracción más célebres de la época destacan nombres como Technicolor¹³, Cinerama ¹⁴, CinemaScope¹⁵, PanaVision ¹⁶ o

13 El Technicolor fue el primer intento efectivo de la industria cinematográfica para dejar atrás el blanco y negro y reproducir en pantalla los colores filmados en la realidad. Sus primeras grandes exponentes son las superproducciones clásicas *Lo que el viento se llevó* (*Gone with the wind*, Victor Fleming, 1939) y *El Mago de Oz* (*The Wizard of Oz*, Victor Fleming, 1939). Se conseguía por la filmación simultánea de tres películas dentro de la misma cámara, cada una de la cuales contaba con filtros para que fuera impresionada sólo por un color. Después, tras un proceso de tinción, que más tenía que ver con la imprenta que con la fotografía, se sacaba una sola copia que al ser proyectada mantenía los colores de la realidad. Otros sistemas de filmación en color fueron el Eastmancolor y el Metrocolor.

14 El Cinerama, inventado en 1952 por Fred Waller, consistía en tres películas de 35 mm, rodadas mediante otras tantas cámaras sincronizadas, que después eran proyectadas también por tres proyectores sobre una gigantesca pantalla con una curvatura de 146 grados, produciendo sobre la audiencia un inmenso efecto envolvente, con una relación de aspecto aproximada de 2.59:1. El sistema, además, utilizaba dos fotogramas más por segundo que el estándar, es decir, 26, y seis perforaciones por fotograma en cada película de 35 mm – cuando lo habitual eran cuatro –, por lo que era capaz de producir una calidad visual totalmente desconocida en la época.

15 Ya comentado en la nota al pie número 3.

16 La Fox encargó a la entonces pequeña compañía Panavision Inc. la producción de nuevas lentes que solventasen el problema de la distorsión que se producía en el centro de la pantalla en el formato CinemaScope – la imagen quedaba ligeramente aplastada

VistaVision¹⁷. Entre ellas, además, existió durante los años 1952 al 1955 un interés por una tecnología que los grandes estudios de Hollywood consideraron la salvación de la industria cinematográfica: las películas en tres dimensiones. Tras la fundacional *Bwana, el diablo de la jungla* (*Bwana Devil*, Arch Oboler, 1952) protagonizada por Robert Stack, cuyas considerables carencias de guión e interpretación fueron ampliamente subsanadas por la sensación que el procedimiento del 3-D produjo en la audiencia, muchas otras películas durante ese año y los posteriores fueron producidas amparadas bajo el paraguas de tan cacareada técnica. En Abril de 1953 Warner Bros. estrenó la que iba a ser la película de más éxito realizada con dicho procedimiento: *Los crímenes del museo de cera* (*House Of Wax*, André de Toth, 1953), protagonizada por Vincent Price, que

recaudó un millón de dólares durante la primera semana de exhibición¹⁸. No parece casual que, en nuestro trayecto por evidenciar la crisis de ideas del cine mainstream actual, vuelva a ser paradigma de la misma el hecho que de ésta película en particular produjera Warner Bros. un nuevo remake – esta vez sin 3-D pero todo un éxito de taquilla igualmente – con los nombres más atractivos de la palestra adolescente actual como Chad Michael Murray y Jared Padalecki – para ellos – y Elisha Cuthbert o la mismísima Paris Hilton – para ellos –, la homónima *La Casa de Cera* (*House of Wax*, Jaume Collet-Serra, 2005). La cuestión es que tras títulos de corte clásico como *Bésame, Kate* de MGM (*Kiss Me Kate*, George Sidney, 1953); *El hombre en las tinieblas* de Columbia (*Man In The Dark*, Lew Landers, 1953); y dos títulos de ciencia-ficción producidos por la Universal: *Vinieron del Espacio* (*It Came From Outer Space*, Jack Arnold, 1953) y *La Mujer y el Monstruo* (*The Creature From The Black Lagoon*, Jack Arnold, 1954) el interés del público por el 3-D fue decayendo para abandonarse en 1955 de forma definitiva. Se recuperaría de forma esporádica a lo largo de las décadas de los 60 y los 70, y hasta hoy, que como venimos diciendo, muy distante en la tecnología pero francamente similar en su lógica de aplicación y objetivos, es hoy en día uno de los puntales que la industria pretende explotar en su resurgimiento de la crisis de asistencia a las salas.

y por ello durante años se evitaron los primeros planos en la medida de lo posible – así como una mayor variedad de objetivos de diferentes distancias focales para rodar en CinemaScope. A finales de los años cincuenta, películas rodadas en CinemaScope con las lentes creadas por Panavision comenzaron a llevar el logo “Filmed in Panavision” en lugar del de CinemaScope y el ascenso de las mismas fue gradual hasta que en 1967 se rodó la última película con las lentes originales de CinemaScope. Desde hace muchos años, Panavision no sólo fabrica lentes sino también cámaras y muchos equipos para el rodaje de películas y su formato, que sustituyó al obsoleto CinemaScope, continúa utilizándose en la actualidad basado en los mismos principios.

17 El VistaVision fue el formato rival del CinemaScope lanzado en 1954 por Paramount. Si lo habitual hasta aquel momento era que el negativo pasase por la cámara de manera vertical, en el VistaVision éste lo hacía de manera horizontal, de modo que el número de perforaciones por fotograma se incrementaba en cuatro, hasta un total de ocho. Por lo tanto, el área de negativo empleado por cada fotograma también era mayor (justo el doble), consiguiendo imágenes de gran calidad manteniendo el número de fotogramas por segundo en veinticuatro. No se utilizaban lentes anamórficas que comprimiesen la imagen en el negativo, que seguía siendo de 35 milímetros, y la relación de aspecto podía variar, a gusto del exhibidor, entre 1.66:1 y 1.96:1. Las películas estaban compuestas para aceptar diversos ratios, porque la compatibilidad con las salas ya existentes en aquel momento era primordial.

18 Veinte años atrás, en 1933, Michael Curtiz – director de *Casablanca* (*Casablanca*, Michael Curtiz, 1942) – ya llevó al cine esta misma historia en *Los crímenes del museo* (*Mystery of the wax museum*, Michael Curtiz, 1933).

4. CINE POR TELEVISIÓN

Otro camino por el que Hollywood penetró en el mercado de las televisiones fue a través de la venta de sus catálogos de películas para su emisión televisiva. A principios de los años 50, los grandes estudios de Hollywood practicaron el obstruccionismo respecto a la industria televisiva, ya que pretendían crear sus propias emisoras y canales, para más tarde, crear salas de cine para la proyección de televisión – algo que nunca llegó a consumarse –. Debido a estos marcados objetivos, Hollywood se negó rotundamente a vender o alquilar sus películas para televisión, ya que obviamente se reservaba estos contenidos para sus propias futuras emisiones. Además, existía el miedo a que si el público se acostumbraba a ver gratis las películas en televisión, se negara a pagar por hacerlo en las salas de cine¹⁹. A partir de este lógico planteamiento, para entender por qué al final la venta o alquiler de las filmotecas de los estudios a las distintas televisiones se convirtió no sólo en un hecho, sino en una entrada considerable de dinero que llegó a Hollywood justo en un momento de necesidad de liquidez muy importante, hemos de remontarnos a Mayo de 1948. El excéntrico millonario Howard Hughes se hace con el control de una RKO que pasaba por una situación financiera extremadamente delicada. A los cinco años, las deudas de la compañía sobrepasaban ya los 20 millones de dólares y se había dado luz verde a muy pocas producciones que resultaran fructíferas económicamente. Así, hacia 1954, el único valor activo a explotar por Hughes de su hundida RKO era su catálogo de películas. La RKO acabó vendiendo su filmoteca por 25 millones de dólares. Esta operación no pasó desapercibida para los grandes magnates de una industria hollywoodiense que, en apenas cuatro años, ya habían seguido el ejemplo de la RKO, incluso con aumentos continuados en las suculentas cantidades que uno tras otro iban recibiendo. Pronto pudieron verse en los salones de los hogares norteamericanos sesiones con lo mejor y lo peor de la industria de Hollywood: películas de cine mudo en forma de programas con las comedias de Charles Chaplin y Buster Keaton; la película más célebre emitida de forma regular por la televisión: El Mago de Oz (*The Wizard of Oz*, Victor Fleming, 1939); o títulos que atraían una temporada tras otra a gran cantidad de público, como Casablanca (Michael Curtiz, 1942) o King Kong (Merian C. Cooper, Ernest B. Schoedshack, 1933). Ya bien entrada la década de los 60, la competencia entre las distintas cadenas evolucionó hasta el punto de convertirse en práctica habitual la emisión de películas recién estrenadas en los cines²⁰. Los pájaros (*The birds*, Alfred Hitchcock, 1963) fue vista por casi el 40% de todos los televisores de la época, y las exhibiciones en 1966 y 1967 de El puente sobre el Río Kwai (*The Bridge On The River Kwai*, David Lean, 1957) y La gata sobre el tejado de zinc (*Cat on a Hot Tin Roof*, Richard Brooks, 1958) respectivamente, lograron índices de audiencia similares a los de la obra de Hitchcock. Incluso cuando a principios de Noviembre de 1976, Lo que el viento se llevó (*Gone with the wind*, Victor Fleming, 1939) se exhibió en dos partes, la mitad de los televisores que había en el país conectaron con ella.

¹⁹ En un nuevo eco con la actualidad, aunque hoy ya en un escenario mucho más extenso, globalizado y mediatizado, se encuentra el tema de la piratería, tanto en el cine como en el mercado audiovisual, que está a la orden del día con la manifestación de un recelo similar: si el público puede acceder a los contenidos gratis, por qué va a pagar por ellos, en una reducción muy simple de la que es quizá la mayor problemática del sector multimedia contemporáneo.

²⁰ Obviamente, el calificativo “recién” para referirnos a los estrenos cinematográficos era muy distinto entonces al ritmo actual. El tiempo entre las ventanas de exhibición en salas y televisores entonces podía ser de varios años, mientras que en la actualidad la ventana del consumo doméstico (DVD/Blu-ray Disc/PPV) supone pocos meses, incluso para la emisión en televisión en abierto.

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

5. PRIMERA GRAN S(C)INERGIA TELEVISIVA: LA GENERACIÓN DE LA TELEVISIÓN

Todas estas s(c)inergias televisivas en las que nos hemos detenido en las últimas líneas esbozan un panorama audiovisual a modo de marco contextual que tiene más que ver con el actual de lo que en un principio, con más de cincuenta años de por medio, cabría esperar. Esto, sin duda, ayuda a introducir el último de los ítems en estas relaciones cine-televisión que se convierte tal vez en uno de los más interesantes de esta investigación, más allá de las necesarias e inevitables aproximaciones socioeconómicas, y es el de la hibridación / evolución del discurso filmico cinematográfico en el escenario televisivo, elemento del que encontramos un precedente claro a nivel de autoría con la denominada generación de la televisión o generación televisiva.

1955 fue un año clave en la historia del cine, al señalar el fin de la resistencia de las majors a participar activamente en la producción televisiva y, de este modo, el comienzo de una transformación a gran escala y de la recolonización de Hollywood. (Schatz, 1988: 476)

Todos los elementos ya desarrollados como consecuencia de la progresiva intromisión del incipiente fenómeno televisivo en el ámbito de la industria audiovisual, unido a factores como el incremento de los costes de producción debido al reciclaje de las mecánicas tradicionales de la misma, entre otras cuestiones, colocaban a las pequeñas productoras cinematográficas ante la imposibilidad de adoptar una solución similar al camino seguido por las majors²¹ y cuya situación derivó a emprender opciones completamente al margen de aquéllas. Siguiendo a Heredero (1996: 120-125), la semilla del nacimiento de esta generación la introduce siete años atrás – en 1948 – la figura de Stanley Kramer, que inicia una labor como productor independiente que se refuerza, a partir de 1955, cuando decide emprender, también, el camino de la dirección. Su nombre aparece, de forma continuada, ligado a títulos con una considerable ambición social, portadores de una notoria carga de denuncia y de concienciación indiscutiblemente liberal. Pero el pistoletazo de salida real no llegará hasta el momento en que se empieza a tratar de rescatar para la pantalla grande algunos de los procedimientos, temas, preocupaciones y profesionales que ya habían demostrado su capacidad de convocatoria desde la pantalla casera.

5.1 Marty de Delbert Mann y Paddy Chayefsky

Es así como se gesta Marty (Delbert Mann, 1955), auténtico estandarte y referente inequívoco del germen de una generación de realizadores forjados en la época dorada de la televisión en directo que pasaron a la industria cinematográfica como portadores de una nueva representación de la realidad en la pantalla. La

²¹ «Las sociedades denominadas majors, esto es, Paramount Pictures, Loew's Inc. (sociedad matriz de Metro Goldwun-Mayer, o MGM, filial que la superó en fama), 20th Century-Fox, Warner Bros. y Radio-Keith-Orpheum (RKO), integraban producción, distribución y exhibición» (Gomery, 1986: 12)

revelación de la multipremiada ²²Marty supone el triunfo de un modelo que introduce nuevos referentes sociales: la América de las clases modestas, de las dificultades de la vida cotidiana, de los personajes protagonistas de pequeños dramas heroicos escrutados con vocación de verismo, alejados de todo oropel y maquillaje de la estilización cinematográfica estelar reinante. Tal vez por ello siempre se le ha asignado «cierta influencia neorrealista» (Aguilera, 2000: 67). De hecho, Mann nunca negó que “Ladrón²³ de bicicletas” (Ladri di biciclette, Vittorio DeSica, 1948) «estuviera en su mente y en la de Chayefsky durante el rodaje, en el que buscaron una forma de hacer realismo social con optimismo» (Cascajosa, 2006: 13). Así, no es casual que cineastas como Roberto Rossellini o Jean Renoir se mostrasen muy ilusionados con el inicio de la televisión en Europa, para la que soñaban unos usos que, lamentablemente, poco se parecen a los actuales. En referencia al éxito que tuvo el filme, el propio Delbert Mann decía «Como ya la había rodado para la televisión, sabía que funcionaba y que era una historia bastante buena. Pero nunca pude anticipar el gran

éxito que iba a tener en la pantalla grande»²⁴. Y es que las aportaciones del guionista televisivo neoyorquino Paddy Chayefsky supusieron uno de los más destacados nutrientes de esta corriente. No en vano, además del guión de Marty, tanto para la exitosa versión cinematográfica como para el show en directo de una hora que Mann realizó en televisión, protagonizado por Rod Steiger y que alcanzó igualmente gran éxito de audiencia; y del siguiente largometraje del mismo director: La noche de los maridos (Bachelor Party, Delbert Mann, 1957); Chayefsky, profundo conocedor del medio televisivo, se dedicó a destapar los malolientes entresijos de la televisión, y su degeneración progresiva, a través del guión de Un mundo implacable (Network, Sidney Lumet, 1976), un profético y nuevamente exitoso²⁵ film cuya realización firmó el también director de la generación televisiva Sidney Lumet – sin lugar a dudas el más longevo y prolífico de todos ellos –. Así pues,

22 Ganó cuatro de los Oscars más importantes: Actor protagonista – Ernest Borgnine –; Mejor director – Delbert Mann –; Mejor película – producida por Harold Hecht – y mejor guión adaptado – Paddy Chayefsky – de ocho nominaciones que se completaban con mejor actor secundario – Joe Mantell –; Mejor actriz secundaria – Betsy Blair –; mejor fotografía – Joseph LaShelle – y mejor dirección artística. Marty fue además la primera película norteamericana en ganar la Palma de Oro en Cannes, y su director, Delbert Mann, el primero en recibir el Oscar por su primera incursión en el cine, algo que sólo se repetiría 45 años después con Sam Mendes y su American Beauty (Sam Mendes, 2000), filme al que, por cierto, volveremos a hacer referencia en nuestro estudio al abordar el serial A dos metros bajo tierra (Six Feet Under, Alan Ball, 2001-2005).

23 El título original de esta película fundamental del neorrealismo italiano es Ladri di biciclette; cuya traducción correcta en español quiere decir ladrones de bicicletas, que es el título que se dio al film en otros países de habla hispana como Argentina. El cambiar ladrones por ladrón es un matiz importante, porque mientras la película habla de una realidad muy dura que convierte a muchas personas en ladrones de bicicletas, el título español hace una lectura distinta, convirtiendo la historia en un caso puntual y despojándola de su intención de representar la miseria de todo un país. Teniendo en cuenta que el film se estrenó en pleno franquismo, es más que probable que el error fuera intencionado; en otros países en los que el título se cambió también al singular, como Estados Unidos o Francia, si podemos albergar la duda de si el fallo se debió a simple desconocimiento del italiano. Pero la censura modificó algo aún más importante que el título: introdujo una voice over totalmente inexistente en el original, que dulcifica el desolador – y magistral – plano final de la película, en el que el hombre, que no ha conseguido recuperar su bicicleta, camina junto a su pequeño hijo. La espantosa voz en off española mata el clímax y el sentido de la película al decir que sin duda la familia saldrá adelante porque la solidaridad cristiana siempre triunfa.

24 <http://clasicodvd.blogspot.com/2008/01/delbert-mann-1920-2007.html> [Último acceso: Lunes, 11 de Agosto de 2008, a las 14:05 horas].

25 Ganó cuatro importantes Oscars en 1976 al mejor actor – Peter Finch –, mejor actriz – Faye Dunaway –, actriz secundaria – Beatrice Straight – y mejor guión original – Paddy Chayefsky.

Chayefsky, a quien ya se pudo ver en los cuarenta ejerciendo labores de actor muy secundario en *Doble vida* (*A Double Life*, George Cukor, 1947) – film no especialmente plausible – se convirtió en un guionista de inusitado éxito, tanto en TV como en el cine – el único en la historia con tres Oscars a Mejor Guión en solitario²⁶– y ha estado casi siempre asociado, en sus incursiones en la gran pantalla, con directores de currículum televisivo – además de los citados Lumet y Mann, con quien Chayefsky volvería a colaborar en un par de ocasiones, también vio sus textos adaptados por gente como Arthur Hiller o Joshua Logan –, e incluso Ken Russell abordó una novela suya para su filme *Viaje alucinante al fondo de la mente* (*Altered States*, Ken Russell, 1980), si bien, a la vista del resultado, Chayefsky decidió declinar toda responsabilidad en el libreto, finalmente firmado bajo el seudónimo de “Sidney Aaron” – que curiosamente era su nombre de pila real: Sidney Aaron Chayefsky –. Por todo lo señalado pues, podemos, por qué no, considerar a Chayefsky un claro precedente del gran autor televisivo, creador de éxito y reconocimiento tanto de la industria como del público, perfil que en la actualidad ostentan o han ostentado grandes nombres como Chris Carter, Aaron Sorkin, Alan Ball, David E. Kelley, Joss Whedon, David Chase o, sobre todo, el Rey Midas del nuevo Hollywood televisivo, J.J. Abrams.

5.2 Por el camino de la *pequeña pantalla*

Los integrantes de la llamada generación televisiva son cineastas formados en la realización de programas dramáticos televisivos, que trabajan principalmente en la ciudad de Nueva York y que, no casualmente, permanecen estrechamente ligados a la nómina actoral forjada en los talleres del Actor’s Studio. Los primeros pasos de estos hombres, todos ellos nacidos entre 1920 y 1930, dan lugar a un cine que, sin llegar a provocar una ruptura decisiva con los cánones clásicos, sí que registra un cambio apreciable de referentes, un reforzamiento de las preocupaciones intelectuales y, en definitiva, una aproximación de talante crítico y realista al diagnóstico social, por lo que supone un llamativo contrapunto frente al ambiente de exaltación nacionalista que la guerra fría, Eisenhower y el conflicto bélico de Corea habían introducido en el país. Sus trabajos siguientes discurren a medio camino entre las ficciones de vocación realista y las adaptaciones de los grandes dramaturgos norteamericanos cuyo teatro coloca sobre los escenarios la reflexión ética y la conciencia social. La trayectoria ulterior de todos ellos pronto deja al descubierto la singularidad de sus diferentes personalidades y, una vez que se ven atrapados en la renovación casi permanente que trae consigo la década siguiente, sus filmografías respectivas se dispersan por derroteros muy eclécticos, casi todos ellos marcados por unas relaciones siempre conflictivas y distantes con la producción de la gran industria.

Así, junto al ya mencionado Delbert Mann de la fundacional *Marty* y la también referenciada *La noche de los maridos* – así como otras colaboraciones con Chayefsky como *En mitad de la noche* (*Middle Of the night*, 1959) o éxitos como *Pijama para dos* (*Lover Come Back*, 1961) –; se pueden listar como pertenecientes a esta generación, otros destacados nombres como los de Martin Ritt – *Hud* (1963), *El espía que surgió del frío*

²⁶ Los otros tres históricos con tres Oscars a Mejor Guión – Francis Ford Coppola, Charles Brackett y Billy Wilder – compartieron al menos alguno de sus galardones con otros co-guionistas. Chayefsky ganó sus tres Oscar por los guiones de “*Marty*” (*Marty*, Delbert Mann, 1955), “*Anatomía de un hospital*” (*The Hospital*, Arthur Hiller, 1971) y “*Un mundo implacable*” (*Network*, Sidney Lumet, 1976), estando nominado a uno más por el guión original de “*The Goddess*” (*The Goddess*, John Cromwell, 1958).

(The Spy Who Came In From The Cold, 1965) o Norma Rae (1979) –; John Frankenheimer – El Mensajero Del Miedo (The Manchurian Candidate, 1962)²⁷, El Hombre De Alcatraz (Birdman Of Alcatraz, 1962) o Siete días de Mayo (Seven Days In May, 1964) –; Sidney Lumet – 12 hombres sin piedad (12 Angry Men, 1957), Serpico (1973) o Veredicto Final (The Veredict, 1982) –; Jack Garfein – The Strange One (1957) o Something Wild (1961) –; Robert Mulligan – Matar a un ruiseñor (To Kill A Mockingbird, 1962), La noche de los gigantes (The Stalking Moon, 1969) o El otro (The Other, 1972) –; Franklin J. Schaffner – El planeta de los simios (Planet Of The Apes, 1968)²⁸, Patton (Patton, 1970) o Papillon (1973); y Arthur Penn – El milagro de Ana Sullivan (The Miracle Worker, 1962), La jauría humana (The Chase, 1966) o Bonnie & Clyde (1968). Aunque no directamente considerados parte de esta generación por seguir itinerarios y coyunturas tan dispares como irregulares, pero sí ligados de alguna manera a ella y asimismo renovadores inequívocos del lenguaje del cine norteamericano, se suelen relacionar con frecuencia las figuras del realizador de Missouri Robert Altman – M.A.S.H. (1970)²⁹, Los vividores (McCabe and Mrs. Miller, 1971) o Tres Mujeres (Three Women, 1977) –; o la del auténtico renovador del género del western Sam Peckinpah – Grupo Salvaje (The Wild Bunch, 1969); La balada de Cable Hogue (The Ballad Of Cable Hogue, 1970) o Pat Garrett y Billy The Kid (Pat Garrett And Billy The Kid, 1973) –; e incluso desde perspectivas menos estrictas como la de Heredero (1996: 124-125) se han detectado ciertas concomitancias con la vanguardia independiente del New American Cinema y su estandarte John Cassavetes – Shadows (1959), Faces (1968) u Opening Night (1977). El tiempo dirá si los estudios sobre la actual generación de creadores televisivos y sus nuevas apuestas de inicio de milenio, a los que esta investigación se suma con la mayor de las modestias, con la perspectiva siempre sabia de los años, supondrá un cambio, una renovación o al menos una influencia similar en el cine mainstream de nuestros tiempos.

Nuevos nombres irrumpieron en las películas **por el camino de la pequeña pantalla**³⁰ a finales de los cincuenta y comienzos de los sesenta. Incluyendo a Franklin Schaffner, John Frankenheimer, Delbert Mann y Martin Ritt; también al excelente Arthur Penn, que tuvo un éxito enorme con Bonnie y Clyde en 1967, y Sidney Lumet, el más prolífico y exitoso de todos ellos. Si bien aportaron sangre nueva a Hollywood, su

27 Filme que, incidiendo en la omnipresente crisis creativa hollywoodiense, tuvo su reciente remake en 2004 bajo la dirección de Jonathan Demme (The Manchurian Candidate, Jonathan Demme, 2004).

28 Otro título “víctima” de un nuevo remake, en este caso a cargo del normalmente solvente Tim Burton (Planet of the apes, Tim Burton, 2001) que supuso uno de los más grandes fracasos de su exitosa carrera.

29 Dislocada sátira antibelicista de protagonismo coral – esto último conformaría posiblemente el más destacado de sus estilemas filmicos – que le hizo merecedor de la prestigiosa Palma de Oro en Cannes curiosamente el mismo año que su “compañero de generación” Schaffner ganaba el Oscar por “Patton”, en 1970.

30 La negrita es nuestra. Sirva este inciso para detenernos brevemente en la referencia al término “pequeña pantalla”, utilizado históricamente para designar a la “hermana pequeña” del cine. El punto de partida de esta investigación, unido a los avances de la tecnología del hogar – pantallas caseras cada vez más grandes y aumento paulatino del uso de proyectores digitales en los salones – invita a una revisión de esta relación, y propone el crecimiento de la televisión, tanto en tamaño físico como metafóricamente en términos de madurez en la ficción seriada, manifestando en ambos sentidos una cercanía cada vez mayor entre ambos medios.

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

influencia demostró ser comparativamente menor³¹, y Hollywood debió esperar hasta los años setenta para recibir una buena bocanada de oxígeno por parte de una nueva generación de directores jóvenes y talentosos que habían crecido con el cine. Casi una explosión de directores excelentes – que recordaba lo que había sucedido en los cuarenta – estuvo encabezada por Francis Ford Coppola, William Friedkin, George Lucas, Martin Scorsese, Woody Allen y Steven Spielberg. Su influencia ha seguido sintiéndose hasta bien entrado el nuevo milenio. (Finler, 2006: 92)

5.3 Catalogando el primer contacto

Como consecuencia de todo lo apuntado, a esta generación y a su contexto sociológico se le ha hecho referencia históricamente etiquetando al tropo cine-televisión como una época de «relaciones de amor-odio» (Cascajosa, 2006b: 5) o de respuesta a la incógnita «¿aliados o enemigos?» (Cascajosa, 2006a: 25). Siendo lógicamente válidas todas ellas en particular y muchas otras en general, como el término hibridación del que trataban – como apuntábamos en la introducción – Company y Marzal (1999: 15), en la presente investigación proponemos, por las características intrínsecas de la misma y el ámbito en el que se desarrolla, el juego conceptual s(c)inergias televisivas, más cercano a los de simbiosis u ósmosis que propone Gubern: En los años cincuenta se produjo el encuentro y desencuentro entre el cine y la televisión, un medio nacido de la simbiosis técnica entre la transmisión radiofónica y la exhibición cinematográfica. Y en esa estela, que haría nacer el sector de “lo audiovisual”, estamos todavía. Las consecuencias de este fenómeno serían enormes. Por una parte, la industria cinematográfica encontró, vencidas sus iniciales reticencias, un nuevo canal para exhibir sus productos, al tiempo que la frecuentación a las salas descendía en picado en todo el mundo. Por otra parte, se produjo una ósmosis profesional, primero de actores de cine que se instalaron en el nuevo medio (Bob Hope, Lucille Ball), de realizadores de la televisión que accedían a los estudios de cine (Delbert Mann, Sidney Lumet, Martin Ritt) y, por fin, de realizadores de cine que trabajaban para la televisión (Rossellini, Godard, Bergman, Welles, Taviani, Aranda)³². Y esta simbiosis se producía a pesar de que estaba muy claro que las implicaciones estéticas, psicológicas y sociales de ambos medios tenían perfiles propios y bien diferenciados. La circulación en doble sentido se generalizó en los años setenta, cuando las grandes productoras habían comprendido ya que existen tres mercados diferenciados pero tangentes: las salas de cine en declive, las estaciones de televisión (herzianas y por cable) y el mercado videográfico. (Gubern, 1995a: 286)

31 Finler hace referencia previa a la cita a algunos grandes directores veteranos de la industria, precedentes a esta generación, tales como Howard Hawks, Robert Wise, Nicholas Ray, Joseph L. Mankiewicz, George Stevens, Otto Preminger, Stanley Kubrick, William Wyler, Robert Aldrich y John Ford, al respecto de quienes postula «durante estos años las compañías cinematográficas intentaron revertir el declive en la afluencia de público invirtiendo grandes sumas de dinero en extravagantes producciones de época, musicales y epopeyas. A los directores veteranos se les ofrecían producciones no siempre acordes con su talento, pero les resultaba difícil resistirse a los abultados honorarios y a los abrumadores recursos puestos a su disposición. Algunos directores se equivocaron terriblemente con proyectos mal concebidos» (Finler, 2006: 91).

32 Pese a que la incursión de estos eminentes cineastas en el universo televisivo sería, conceptualmente, material de este estudio – interés cinematográfico por la televisión –, estas prácticas se llevaron a cabo especialmente en Europa, donde los condicionantes tanto sociopolíticos, como económicos y estructurales, eran otros y cuya influencia en las series de televisión dramáticas norteamericanas de la actualidad supone, si existe, una ínfima repercusión.

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood, las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

Así pues, más allá de valoraciones casuales e hipotéticas trascendencias de una época y un cine inevitablemente tamizadas por el garbillo de la subjetividad, sí es cierto que la relación establecida entre cine y televisión por este grupo de cineastas y sus circunstancias socioeconómicas, si bien sienta un precedente, está alejado del modelo actual que queremos analizar. La concepción única y aislada del telefilme y la clara disociación entre el fenómeno televisivo y su correspondencia cinematográfica, sobre todo a partir de aspectos formales tanto de la narración como de la producción, provoca que se siguiera hablando de películas para televisión, así como de realizadores que surgen de la televisión para hacer cine. En definitiva, el cine mantenía su pátina de superioridad y los productos televisivos creados por y a partir de esta generación, pese a poder entenderse como precedente claro de un interés cualitativo por la producción televisiva desde un punto de vista cinematográfico, así como una denunciada pretensión de ruptura, está aún alejado, stricto sensu, de la excelencia de las series de televisión actuales, sobre todo formalmente, y merece pues la pena reinterpretarlos como una **primera relación sinérgica entre dos industrias condenadas inexorablemente a entenderse.**

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- AGUILERA, CHRISTIAN (2000), *La generación de la televisión: la conciencia liberal del cine americano*, Editorial 2001, Madrid
- CASCAJOSA VIRINO, CONCEPCIÓN (2005), *Prime Time: las mejores series de televisión americanas, de C.S.I. a Los Soprano*, Calamar Ediciones, Madrid
- CASCAJOSA VIRINO, CONCEPCIÓN CARMEN (2006a), *El espejo deformado, versiones, secuelas y adaptaciones en Hollywood*, Universidad de Sevilla, Secretariado de Publicaciones, Sevilla
- CASCAJOSA VIRINO, CONCEPCIÓN (2006b), *De la TV a Hollywood, un repaso a las películas basadas en series*, Arkadin Ediciones, Madrid
- CASTRO DE PAZ, JOSÉ LUIS (1999) *El surgimiento del telefilme: Los años cincuenta y la crisis de Hollywood: Alfred Hitchcock y la televisión*, Paidós, Barcelona
- COMPANY, JUAN MIGUEL Y MARZAL, JOSÉ JAVIER (1999), *La mirada cautiva: formas de ver en el cine contemporáneo*, Direcció General de Promoció Cultural i Patrimoni Artístic, Valencia
- FINLER, JOEL. W. (2006), *Historia de Hollywood, un viaje completo por la historia de la industria americana del cine*, Ma Non Troppo, RobinBook, Barcelona
- GOMERY, DOUGLAS (1986), *Hollywood: el sistema de estudios*, Verdoux, Madrid
- GOMERY, DOUGLAS (1996), “La llegada de la televisión y la redefinición del sistema de estudios de Hollywood”, en HEREDERO, CARLOS F. Y TORREIRO, CASIMIRO (EDS.) (1996), *Historia General del Cine Volumen X, Estados Unidos (1955-1975)*. América Latina, Cátedra, Madrid
- GUBERN, ROMÁN (1995a), “Cien años del cine”, en PALACIO, M. Y ZUNZUNEGUI, S. (eds.) (1995), *Historia General del Cine Volumen XII, El cine en la era audiovisual*, Cátedra, Signo e imagen, Madrid
- GUBERN, ROMÁN (1995b), “El cine después del cine”, en PALACIO, M. Y ZUNZUNEGUI, S. (eds.): *Historia General del Cine Volumen XII, El cine en la era audiovisual*, Cátedra, Madrid

S(c)inergias televisivas: los años 50, el fin de la era de los estudios de Hollywood,
las transformaciones del medio televisivo y la generación de la televisión como ecos del hoy

- HEREDERO, CARLOS F. (1996), “*Los directores: el relevo generacional*”, en HEREDERO, C.F. Y TORREIRO, C. (eds.) (1996), *Historia General del Cine Volumen X, Estados Unidos (1955-1975)*. América Latina, Cátedra, Madrid
- MARZAL FELICI, JOSÉ JAVIER (2004), *Guía para ver y analizar Ciudadano Kane*, Nau Llibres - Octaedro, Valencia
- SCHATZ, THOMAS (1988) *The Genius of the System: Hollywood Filmmaking in the Studio Era*, Pantheon, Nueva York