

CUATRO MOMENTOS DEL CINE AMERICANO (III)

EN uno de sus últimos números, la revista francesa «Enterprise», editada por la Société d'Etudes et de Publications Economiques, publicaba un amplio informe sobre la situación actual de la industria cinematográfica norteamericana y su penetración en diversos países europeos. El «dossier», firmado por su redactor-jefe adjunto, Claude Rivière, abordaba una problemática decisiva para el desarrollo del cine mundial no desde una perspectiva crítica o ideológica, sino más bien desde dentro del propio sistema, es decir, a partir de un capitalismo europeo que constata su propia debilidad ante el neocolonialismo USA, día a día más absorbente. «Para los financieros —escribía en su introducción el propio Rivière—, el cine siempre ha sido un infierno: ausencia de control presupuestario, previsiones siempre sobrepasadas, resultados inesperables, hombres ingobernables... Hoy no son los "magos" de antaño quienes dirigen el juego. Han sido reemplazados por las siluetas, igualmente inquietantes, de los "managers" de los principales "trusts" americanos, que prevalecen por encima de los profesionales clásicos». Simple diversificación de una política económica que salta abiertamente por encima del Atlántico.

Si hemos querido reproducir este informe (y sus cuadros adjuntos) no es sólo por el volumen informativo que proporciona, sino porque viene a desmentir uno de los «contramitos» más equívocos de los últimos años: la decadencia de Hollywood. A través de sus datos y cifras queda suficientemente claro cómo nos encontramos —insistimos— ante un problema de diversificación económica. Hollywood, como lugar geográfico, puede estar en baja, pero la MPEA —instrumento neocolonizador— obtiene gradualmente mayores superávits. El beneficio para la gran Banca estadounidense sigue siendo, por otro camino, el mismo. Es lo esencial, y cuya última significación ideológica dejamos en manos del lector.

Al texto insertado en «Enterprise» hemos añadido diez notas complementarias y actualizado lo más posible sus cifras, casi imposibles de obtener todavía para el ejercicio 1970. Esperamos que, no tardando mucho, un «dossier» similar sobre la industria española pueda ver la luz. Más de una sorpresa, más de un caso extraño, más de una explicación coherente debe, sin duda, proporcionar. ■ FERNANDO LARA.

HOLLYWOOD, 71: EL NEOCOLONIALISMO DE LOS GRANDES TRUSTS

«Lo que el viento se llevó» continúa siendo la primera película taquillera de todos los tiempos. Su reposición actual en 70 mm. viene a completar un triunfo de proporciones casi increíbles.



RECIENTEMENTE, la Metro-Goldwyn-Mayer procedía a la venta de algunas de sus más preciadas reliquias: trajes de Greta Garbo, el impermeable de Humphrey Bogart y hasta la jaula del célebre león, muerto ya hace tiempo. Se clausuraba así una etapa de la historia del cine.

Las grandes firmas cinematográficas americanas acaban, en efecto, de pasar a manos de no profesionales. Según algunos, a las peores manos a que podían pasar, las de los poderosos «trusts». Gigantescos complejos eléctricos, imperios de máquinas tragaperras o instituciones financieras han invadido un terreno desconocido que ahora se apresuran a explotar... despedazando el patrimonio, principalmente inmobiliario, que representan los estudios. Estudios inmensos, recorridos por los visitantes en pequeños trenes especiales y que constituían la fuerza —y al mismo tiempo el lado débil— de las productoras: el cuidado y puesta a punto de una sola unidad oscilaba entre los tres y los siete millones de dólares anuales (entre 200 y 500 millones de pesetas).

Una vez realizada esta pequeña operación de caja, se empezó a humear en la economía de esas poderosas empresas, que no sólo no habían tenido nunca la más mínima noción de control administrativo, sino que recibían generosamente a muchos realizadores que se preciaban de superar sistemáticamente los presupuestos establecidos. ¡Frente a los sorprendentes resultados de ese chequeo, se descubren los méritos de la producción europea, con sus películas de «budget» reducido que tan poderosamente contrastan con las superproducciones! Es tal la conmoción (¿o deberíamos decir locura?) que, para someterse a las exigencias del momento, Hollywood se ha convertido en un paraíso para cineastas contestatarios, que no pierden la ocasión de sacar unos cuantos miles de dólares a los capitalistas.

La producción se racionaliza, pues, aplicando métodos administrativos que han demostrado ampliamente su utilidad en otros sectores de la industria norteamericana. En el terreno de la distribución, la emprenden a hachazos con las super-redes, tanto a nivel nacional como extranjero. Y la llamada al orden es tan severa que diversos

observadores piensan ya si no se habrá ido demasiado lejos.

Muchos se preguntan, en efecto, por la capacidad de adaptación de estos nuevos «managers» que, si bien han demostrado su valía en el sector de los productos de gran consumo, tendrán que aplicar ahora sus conocimientos a la industria cinematográfica, una industria que es y seguirá siendo de prototipo, de actividad muy próxima al artesanado. También se preguntan si la frialdad de las cifras manejadas por esos supercontables maníacos del control presupuestario no hará más mal que bien en una industria de la emoción como es la cinematográfica.

Y citan el caso de cierta sobresaliente personalidad de la antigua UFA, «gloria del cine ale-



Spyros Skouras (derecha) había conseguido un éxito fabuloso para la Fox con «La túnica sagrada», primera película en cinematocope. Diez años después tuvo que dejar paso a Darryl F. Zanuck (izquierda), ante la débil marcha posterior de su firma.

mán» anterior a la guerra (1), que

(1) Tradicionalmente se ha querido ver a la UFA como la gran competidora que el cine norteamericano halló para su expansión por Europa durante los años treinta. La falsedad de esta idea se hace patente al comprobar que era el propio capital USA quien financiaba las actividades de la productora germana. Así lo escribe, por ejemplo, John Howard Lawson, en su «The creative process»: «La UFA, que ocupaba una posición dominante en el mercado alemán, era ayudada y subvencionada por los capitalistas americanos. En 1924 recibió un préstamo importante de la Paramount; como contrapartida, se comprometió a distribuir y a proyectar toda una parte de la producción de Hollywood. Dos años más tarde, los americanos contribuían a poner la UFA en las manos de Alfred Hugenberg, director ya de una cadena de diarios y figura importante del movimiento nazi (...). El nacimiento y trayectoria de la UFA responden a un deseo —casi siempre conseguido— de ejercer un control reaccionario sobre el cine alemán».

ESTADOS UNIDOS

PRODUCCION.—Es difícil pronunciar un juicio sobre el peso respectivo de las «Majors» (un 90 por 100 de Hollywood), que han realizado, según cálculos, unos beneficios de 70.000 millones de pesetas en el año 1969 (51 por ciento en el extranjero, el 49 por 100 restante dentro de Estados Unidos). En efecto, son pocas las informaciones de que disponemos, ya que varias de esas «Majors» han caído en las garras de grandes «trusts» que sólo publican balances consolidados o se dedican a actividades extracineamatográficas muy importantes.

En lo que se refiere a la producción, uno de los fenómenos esenciales es el hecho de que las películas se producen, en un porcentaje cada vez mayor, en Londres o en Roma. Los sindicatos de técnicos y actores americanos han decidido anular sus reivindicaciones para conseguir que vuelvan a los estudios de Hollywood e incluso a Nueva York. Observemos, a este propósito, que el estudio de los costes de producción, durante los diez últimos años, ha demostrado que éstos se han triplicado prácticamente en ese espacio de tiempo. Por otro lado, la producción es actualmente del orden de las 150 películas anuales, es decir, la mitad de lo que se producía diez años atrás.

He aquí a continuación la lista de las «Majors» (1), amenazadas actualmente por inde-

pendientes a menudo poderosas, como las redes de televisión (CBS, NBC, ABC), pero que se defienden bastante mal a la hora de exportar.

United Artists (animador: David Picker). Fundada por Charles Chaplin, Mary Pickford, Douglas Fairbanks y David W. Griffith. Esta sociedad ha sido mucho tiempo distribuidora, después pasó progresivamente a la producción, sobre todo colaborando con independientes. Por ello no posee una infraestructura industrial importante. Durante algún tiempo fue la número 1, pero lleva varios años en un franco proceso de decadencia. Ha pasado a manos de la Trans America, un gran «trusts» que comprende compañías de seguros, inmobiliarias y la más poderosa organización de «charters» del mundo. Fue una gran defensora de las películas europeas en Estados Unidos: los neorrealistas italianos le deben mucho.

Columbia (animador: Abe Schneider). Ac-

Gobierno comienza a perseguir a los «Majors» por violación de las leyes antitrusts, acclón que conducirá, quince años más tarde, a la adopción forzosa por parte de todos los «Majors» del «divorcio», es decir, de la separación corporativa entre la actividad de producción-distribución y la de exhibición («Trente ans de Cinéma américain», 1970). De las «cinco grandes», una ha desaparecido: la R. K. O., cuya actividad cesó en 1957. Su stock de films fue comprado por la NBC (TV) en 25 millones de dólares, cerca de 1.800 millones de pesetas.

Por su parte, las tres grandes redes de la televisión estadounidense se hallan en manos de tres grandes compañías radiofónicas: la National Broadcasting Company, la American Broadcasting Company y la Columbia Broadcasting System. A su vez, estas tres firmas son sociedades satélites de la American Telephone and Telegraph Company, la General Electric Company, por mediación de una filial, y la Westinghouse Electric and Manufacturing Company. Por último, Morgan y Rockefeller participan en la General Electric Company, indirectamente en lo que respecta a Rockefeller, y Morgan controla la American Telephone and Telegraph Company. Como puede comprobarse, el final del ovillo es siempre el mismo. (Fuente: «Jeune Cinéma Américain», de Paul et Jean-Louis Leutrat, 1967.)

tualmente esta firma marcha bastante bien gracias a una serie de éxitos, como «Funny Girl», «Oliver» y «Easy Rider». Cifra de negocios: alrededor de 200 millones de dólares (unos 14.000 millones de pesetas), de los que 15 millones son de procedencia extracineamatográfica. Realiza muchos estudios de mercado y es un importante productor para la televisión por mediación de una filial —Screen Gems (2)—, que últimamente se dedica también al cine educativo. Para esta sociedad trabajan, aproximadamente, 5.000 personas. Hubo un momento en que la compañía estuvo bajo el control del Banco de París y de los Países Bajos, que actuaba en nombre de un cliente desconocido, pero esto chocaba con la legislación estadounidense, que prohíbe a cualquier firma extranjera interesarse por una sociedad americana que desarrolle actividades en el campo de las comunicaciones. ¡La Columbia poseía, en efecto, una emisora! A pesar de ello, el Banco de París ganó más de dos millones de dólares —150 millones de pesetas— en la operación.

20th Century Fox (animador: Darryl F. Zanuck, el último de los «magos»). Esta sociedad, con sus filiales, tiene, aproximadamente, 14.000 empleados. Siempre ha figurado entre las tres primeras compañías, a pesar de una sensible pérdida registrada en el último ejercicio; la cifra de negocios ha disminuido en un 28 por 100 con relación al ejercicio precedente. Se sueña con repetir el gran éxito de «The Sound of Music» («Sonrisas y lágrimas», 1965), que ingresó en las cajas de la compañía 7.000 millones de pesetas. Con «Butch Cassidy» («Dos hombres y un destino»), «M. A. S. H.», «Patton», «Hello, Dolly», las cosas han ido de mal en peor. D. F. Zanuck pre-

SIGUE

(2) Desde hace un par de años, el público español ve sus películas a través de Televisión Española.

(1) La década de los treinta, «edad de oro» del cine americano, estuvo dominada por las cinco «Majors», productoras cuyo capital nacía de las Bancas Morgan y Rockefeller. Situándose en 1939, Jean-Pierre Coursodon y Bertrand Tavernier dicen sobre ellas: «Ocho grandes estudios de Hollywood aseguran por aquellos días el 80 por 100 de la producción de largometrajes. Hay que distinguir los «Major Studios» o «Majors» (Metro-Goldwyn-Mayer, Paramount, Warner Brothers, 20th Century Fox y R. K. O.) de los «Minors» (Universal, Columbia y United Artists). Los «Majors» son «trusts» que acumulan producción, distribución y, muy a menudo —directa o indirectamente—, exhibición, poseyendo sus propias cadenas de salas. Hasta 1939, el

dirigía uno de los más importantes negocios de producción en Alemania aplicando las reglas más clásicas y eficaces de gestión. Al cabo de dos años de ejercicio, la sociedad empezó a marchar mal; el Deutsche Bank, que tenía dinero allí metido, exigió la dimisión del director de la firma y le sustituyó por un técnico en finanzas. A los seis meses hubo que liquidar...

La situación de la industria cinematográfica USA es tan delicada, que difícilmente podrán salvarla los nuevos magos financieros. Sorprendido e irritado a la vez, Darryl F. Zanuck ha tenido que anunciar a su consejo una pérdida considerable, «la primera en los veinte años que llevo a la cabeza de la Fox», ha precisado (2).



Tras ser recibido por Pío XII en audiencia privada, Samuel Goldwyn (a la derecha de la foto), hombre esencial de la Metro-Goldwyn-Mayer, «posa» junto al golfista Robert Sherwood y las esposas de ambos.

AUN EN SITUACION DE CRISIS, LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA AMERICANA PUEDE PERMITIRSE EL LUJO DE ESPERAR QUE LLEGUEN DIAS MEJORES.

EL PEQUEÑO DEPARTAMENTO DE ESTADO

Ya se habla de crisis, incluso de catástrofe. Pero, ¿no estamos ante una flagrante dramatización de los acontecimientos que se producen

(2) El 30 de diciembre de 1970, la agencia española Efe distribuyó la siguiente información: «Nueva York. Richard Zanuck ha dejado de ser presidente de la compañía cinematográfica 20th Century Fox, según fue confirmado esta mañana en diversos círculos artísticos de Nueva York. Zanuck (treinta y seis años) ha tenido, al parecer, serias desavenencias con su padre, Darryl F. Zanuck (sesenta y nueve años), sobre la forma de dirigir esta potente productora».

La 20th Century Fox lleva pérdidas este año alrededor de 22 millones de dólares —más de 1.500 millones de pesetas— y ha tenido graves fracasos con películas tales como «Toru, Toru, Toru» y «Myra Breckinridge». Pero, anteriormente, el joven Zanuck logró éxitos con las producciones «Patton», «M. A. S. H.» y «Dos hombres y un destino».

en esta curiosa industria? Lo parece, en efecto, cuando se examina el fenómeno de cerca y con calma: la industria cinematográfica americana, hasta con crisis, puede permitirse el lujo de esperar que lleguen días mejores, ocupando cómodamente las habitaciones destinadas al servicio en un castillo cuyas proporciones y cuyo estilo megalómano no concuerdan con el paisaje de una gran industria. Hay que rendirse a la evidencia: ¡Estados Unidos no tiene nada que temer, pues se halla en posesión del arma absoluta!

Esta arma absoluta, que responde a las siglas MPEA, es un instrumento de dominación que el profesor del Colegio de Estudios Superiores de Comunicaciones de la Universidad de Illinois, Thomas H.

ESTADOS UNIDOS

(Viene de la pág. anterior)

tende registrar en «cassettes» las películas de la Fox. Si bien se trata de una operación sencilla desde el punto de vista técnico, no lo es tanto desde el de los derechos de autor. Los juristas no saben qué hacer (3)...

Metro-Goldwyn-Mayer (animador: Kirk Kerkorian). Dedicado en principio a vender aviones de ocasión, Kerkorian se ha convertido en uno de los más poderosos hombres de negocios de Las Vegas. Cifra de negocios: 192 millones de dólares (unos 13.440 millones de pesetas, —8,5 por 100 con relación a 1967). La caída de las acciones de la Metro revela la poca confianza de los inversores en el señor Kerkorian, así como la falta, crónica ya, de buenas películas. Otros embarcados en el negocio son E. M. Bronfmann (16 por 100 de las acciones) y Time Inc. (5 por 100). K. Kerkorian tiene el 44 por 100 del capital... así como muchas deudas contraídas al quedarse recientemente con la mayoría de las acciones.

Paramount (animador: C. G. Blundorn). Ha pasado a manos de la Gulf and Western Industries, que empezó fabricando piezas de recambio de automóviles y ha llegado a convertirse en un gran «trust» de seguros, fundiciones, material industrial, metales ferrosos, recambios de automóvil y sociedades de inversiones. La Gulf es también importante

accionista de la Pan Am y de la Allis Chalmers, fábrica de puros norteamericana. El departamento Paramount, además de dedicarse a la producción, controla la más importante cadena de exhibición del Canadá.

Universal (animador: Jules Stein). Estuvo a punto de pasar recientemente a manos de la Westinghouse. Ha firmado acuerdos de distribución para el extranjero con la Paramount. Se habla incluso de una posible fusión con esta última. Cifra de negocios calculada: 230 millones de dólares (16.100 millones de pesetas), de los que una parte importante precede de otras industrias, como la música (discos Decca), la televisión, las inmobiliarias, etc. Posee el más importante y quizá mejor equipado de todos los estudios americanos. Pero las cosas no marchan demasiado bien últimamente.

Warner Bros (animador: Ted Ashely). En la actualidad, bajo el control del Kinney National Service, número 3 de los servicios de alquiler de coches. Este importante «trust» publica «comics», alquila material fotográfico, posee docenas de sociedades de servicios —entre ellas, siete empresas de pompas fúnebres—, «parkings» y 260 «lotes» en los cementerios. Cifra de negocios calculada: 130 millones de dólares (9.100 millones de pesetas), de los que 70 proceden de la industria del disco.

Allied Artists (animador: Emmanuel Wolf). El campo de acción de esta sociedad es cada vez más reducido. Su último golpe de suerte: la compra de los derechos de «Un hombre y una mujer» para USA y Méjico, con un mínimo garantizado de 28.000 dólares, más de dos millones de pesetas. El representante de Allied Artists, hospedado casualmente en el mismo albergue normando en que estaba rodando Le louch, se encontró con que éste se había quedado sin dinero y no podía pagar ni el hotel ni al equipo de rodaje.

Avco Embassy (animador: Joseph Levens). Dirigida por un veterano que empezó con pe-

lículas de romanos y que últimamente se ha dedicado a producir películas inteligentes. Fue el descubridor de Dustin Hoffmann, el protagonista de «Midnight Cow-boy» y «El graduado» (tercer campeón taquillero de todos los tiempos; el número 1 sigue siendo «Lo que el viento se llevó»).

Walt Disney (animador: Roy Disney, hermano de Walt). Es la única sociedad importante que no forma parte de la MPEA y también la única que, en un mundo en el que los «buenos sentimientos» no resultan rentables, se mantiene como fiel defensora de la Virtud, con mayúscula. Ya no se dedica exclusivamente a los dibujos animados, sino que se ha lanzado a las películas con actores. Gana más dinero a través de la venta de objetos relacionados con sus actores o con los personajes de sus películas de dibujos que con sus producciones.

La celebridad de la famosa Disneylandia (extensión: 93 hectáreas) se verá eclipsada con la inauguración este año de la ciudad futurista Disney World, que tendrá ni más ni menos que ¡11.000 hectáreas!

DISTRIBUCION.—Para el mercado norteamericano, las «Majors» disponen de circuitos de distribución propios. A la hora de exportar hacen frente común bajo las siglas MPEA (ver artículo). En el período 1951-1965, el importe de las sumas recaudadas en los países europeos por las firmas de Hollywood ascendió a 1.900 millones de dólares (133.000 millones de pesetas).

EXHIBICION.—Existen en Estados Unidos 13.000 salas (sin contar los 4.500 «drive in» para automovilistas), que en 1970 deben haber reportado unos beneficios de 1.100 millones de dólares —80.000 millones de pesetas, aproximadamente—, es decir, un 3 por 100 más que en 1969, cifra esta que había sido inferior en un 2 por 100 a lo previsto. El 80 por 100 del público cinematográfico americano lo constituyen espectadores entre los once y los treinta años.

HOLLYWOOD, 71

Gruback, ha descrito en términos tan lúcidos y precisos que la «profesión» intentó por todos los medios que no se publicaran sus tesis.

La conquista del mercado cinematográfico estadounidense, según se desprende de este trabajo, recuerda de modo sorprendente otra historia también muy pintoresca, la del petróleo. El organismo «conquistador» es también aquí un «trust» —la Motion Picture Export Association (MPEA)—, creado en 1946 para distribuir los films de las principales productoras americanas «por todos los medios apropiados». Una expresión que, al decir de T. H. Gruback, implica no sólo la práctica de la negociación y del compromiso, sino también la de los lobbies y de la política de intimidación...

Comúnmente llamada por los profesionales «pequeño Departamento de Estado», la MPEA no ha dudado lo más mínimo en boicotear ciertos mercados —como ocurrió en Dinamarca y en España—, maniobra frustrada gracias a la intervención de varios distribuidores independientes. Los directivos de la MPEA se justifican diciendo que su única preocupación es facilitar a sus miembros una absoluta libertad para comerciar. Y, de hecho, intervienen cerca de los Gobiernos con el fin de impedir cualquier maniobra discriminatoria contra el cine USA. Al mismo tiempo, colaboran con los nacionales, pues ni pueden ni quieren hacerlo todo ellos...

CUENTAS BLOQUEADAS

El cine americano debe, pues, su fuerza a un instrumento operativo a escala Internacional y no, como podría creerse, a la sola potencia industrial de Hollywood. Llevando la demostración a un plano absurdo, podríamos decir que bastaría que los americanos produjesen tres o cuatro «best-sellers» al año y los distribuyeran con la asombrosa eficacia de que siempre ha dado prueba la MPEA para colmar a los accionistas de las firmas cinematográficas.

Más aún, este instrumento de penetración de mercados es tan único en su género que todo productor europeo que desea que sus películas lleguen a los más apartados rincones del globo (y que, naturalmente, se halla desamparado frente a la obligación de discutir y firmar una cincuentena de contratos con gente que conoce más bien poco) cree mejor negociar un solo contrato, con lo que cae inexorablemente en las redes del «trust». Ahora bien, al actuar de ese modo, el productor extranjero, es decir, no americano, se priva de los benefi-

cios de la comercialización, los únicos de verdad consecuentes. ¡Y otra vez estamos en las mismas!

Esta concepción del servicio para uso de sus miembros, así como para el de los distribuidores extranjeros deseosos de amortizar sus producciones en el campo internacional, se ha visto traducida en tamaños beneficios que han llegado a causar problemas de prosperidad. Pero la importancia de las sumas desembolsadas en los países de distribución ha atraído siempre la codicia de las autoridades gubernamentales, que no han dudado en bloquear in situ un importante porcentaje de los haberes.

No obstante, estas prácticas no han desanimado a la MPEA. Por lo menos tal es la conclusión de Thomas H. Gruback, que aduce un diálogo entre Eric Johnston, ex presidente de la MPEA, y el senador Fulbright, que le preguntó en cierta ocasión ante una comisión de encuesta cómo había repatriado los dólares procedentes de tan fructífero negocio. Eric Johnston contestó que se había visto obligado a comprar, por ejemplo, pulpa de madera en Escandinavia, a venderla en Italia para, con las liras obtenidas, comprar petroleros a la Finmeccanica y venderlos a las compañías americanas. Sólo tras este largo proceso había visto, por fin, convertidos en dólares los tiroteos y las diligencias de los «westerns» y los suspiros de Sofia Loren. Otros juegos de prestidigitación incluían la transformación del guano en rodamientos pasando por el whisky, y la recuperación de un carguero naufragado en el puerto de Marsella, que la compañía americana compró con francos franceses para llevarse luego a Estados Unidos y allí venderlo. El senador Fulbright no pudo menos de exclamar tras oír estas y otras maravillas: «Es usted realmente ingenioso».

Pero la verdad es que el ingenio tiene sus límites, y sumas considerables de dinero se quedan bloqueadas en los países que explota la compañía; estas sumas se invierten simplemente en producción. Así tenemos que en Gran Bretaña, por ejemplo, el 80 por 100 del mercado nacional está hoy directa o indirectamente en manos americanas. Es este un porcentaje nunca alcanzado en las industrias del automóvil o de la alimentación, a pesar de la intensidad de su penetración en los mercados extranjeros. Por ello se ha podido hablar de un «Hollywood sobre el Támesis» y de un «Hollywood sobre el Tiber»: los productores americanos han dejado en las arcas de Cinecittà la bagatela de una treintena de millones de dóla-

FRANCIA

PRODUCCION.—En 1969 se realizaron 154 películas —por cuenta de 134 productores!— contra las 117 del año anterior; de ellas, 68 eran francesas, y las 84 restantes, coproducciones. Las películas totalmente francesas aumentan de manera constante. El anatema pronunciado por Louis Delluc en 1918, «Francia no tiene cabeza cinematográfica», hace hoy sonreír a los franceses. Sin embargo, en el espacio de cinco años, la cuarta parte de los trabajadores de la profesión han tenido que buscarse otros empleos. Actualmente, cerca del 80 por 100 del total están en paro.

Las inversiones en la industria cinematográfica representaron, en 1969, 398 millones de francos (unos 5.600 millones de pesetas). El coste medio de una película francesa se eleva a 1.600.000 francos (22 millones y medio de pesetas, aproximadamente); el de una coproducción, a 4.400.000 francos (unos 62 millones de pesetas). La protección estatal es de cerca de 55 millones de francos (más de 770 millones de pesetas).

La producción francesa se caracteriza, como las demás europeas, por su visible carácter fragmentario. Hay algunas firmas potentes, sin embargo: Gaumont et Pathé, en primer lugar, seguidos de Coccinor (Tenougi), Comacini (Jacquin), Films Corona (Dorfman), La Pléiade (Bromberger), Télé-Hachette (Rossif), etcétera. Un caso interesante: Claude Lelouch, que de realizador ha pasado a productor y parece decidido a ayudar a los jóvenes. Pero no hay grandes figuras como antes: Raoul J. Lévy y L. Deutschmeister.

De las 10.000 jornadas de «plato» disponibles en los estudios franceses, sólo se utilizaron 6.000 durante 1969. La Ley francesa de Protección a la industria cinematográfica favorece determinadas audacias. Por ejemplo, es posible obtener un adelanto de varios millones de francos mediante la presentación del guión. No parece que haga falta precisar que se trata de un argumento a menudo irresistible en el trato con los productores.

DISTRIBUCION.—Existen en Francia 122 sociedades dedicadas a la distribución. Diez de estas compañías obtienen más de la mitad de la cifra total de

beneficios (274 millones de francos, casi 4.000 millones de pesetas). Nueve de ellas son anglosajonas y una francesa, la Valoria (Hercule et André Muchielli). Valoria ha distribuido películas como «L'Aveu», «Z», «Tristana» y la mayoría de las de De Funes. Existen además numerosas sociedades regionales y 25 distribuidores que se reparten el sector de «arte y ensayo» (292 salas), que sólo representa un 11 por 100, cinco millones de francos del total (70 millones de pesetas). Son organizaciones de carácter más bien artesanal. Como los productores, los distribuidores se quejan de una crisis que, según ellos, lleva ya durante veinte años, lo que no les impide cambiar continuamente de Maserati o de Porsche...

EXHIBICION.—Aproximadamente, 4.600 salas, 257 menos que en 1968. Desde hace diez años se cierran cines a un ritmo de 220 anuales. En el mismo espacio de tiempo, el número de espectadores de determinados locales ha bajado de 18 millones a menos de tres millones. El descenso es actualmente del orden de un 10 por 100.

Sin embargo, y a pesar de las lamentaciones de los exhibidores, los ingresos han aumentado ligeramente (796 millones de francos, más de 11.000 millones de pesetas), debido al aumento del precio de las localidades, que fue de un 13,5 por 100, aproximadamente, durante 1969.

Las películas proyectadas en Francia en dicho año se distribuyeron entre las siguientes nacionalidades: francesas (46,45 por ciento), norteamericanas (26 por ciento), italianas (11,5 por 100), inglesas (7,5 por 100), etcétera.

La exhibición está dominada por la Gaumont et Pathé, que posee muchos cines, con un aforo total de 110.000 butacas. Recordemos que la Gaumont depende de la Compagnie des Compteurs, que ha sido absorbida por Schlumberger.

El tercer «grande» de la exhibición es la U. C. G. (Unión General Cinematográfica), calificada todavía como «sector estatal». En él figuran muchos «viejos enemigos» a los que, después de la Liberación, el Gobierno ha preferido conservar en vez de entregarlos al sector privado. Parece inminente un cambio de política.

res (más de dos mil millones de pesetas). Los productores americanos han sabido poner a mal tiempo buena cara. Tenían, es verdad, sus razones: los sindicatos italianos resultan mucho menos venenosos que sus homólogos californianos, y los actores de ese país resultan también bastante menos codiciosos

que los del otro lado del Atlántico.

Asimismo, cuentan los aspectos financiero y fiscal. La proximidad de Suiza, por ejemplo, y sobre todo la posibilidad de transformar en «boomerang» la flecha destinada a los americanos, a saber, las leyes de protección a las cinematografías nacionales. Expliquémonos: gracias a



Cecil B. de Mille ejemplifica a la perfección el superrespetáculo cinematográfico. Véanle aquí, en 1956 (a la izquierda), durante el rodaje de «Los diez mandamientos».

una interpretación extremadamente hábil de los textos, cuando no merced a otras sociedades dispuestas en todo momento a servir de «biombo», los capitales invertidos por los americanos en la producción les han permitido realizar películas «nacionales» según la ley. ¡Cualidad que les ha valido para beneficiarse de las leyes de protección antes referidas!

Un fenómeno curioso: en 1968 se redujeron drásticamente los presupuestos de las producciones USA y se trató de traer otra vez a California toda la producción. Y como por encantamiento, las críticas europeas bajaron de tono; después de haber denunciado la invasión, ahora se temía la retirada. Los europeos empezaron a preguntarse si no valía más la pena tener que soportar a los americanos que no arriesgarse a un desastre total de la industria...

LA EUROPA DEL CINE

Estos acontecimientos iban a revelar con toda claridad la auténtica situación de la industria cinematográfica en Europa. Prosigamos el razonamiento. ¿Por qué inquietarse por la eventual retirada de los americanos cuando los europeos podían perfectamente aprovecharse de la misma para crear la Europa del cine? Pregunta en verdad ingenua, ya que la Europa del cine es hoy por hoy imposible. Y ello por dos razones esenciales:

1) La producción europea está compuesta por una infinidad de pe-

queñas firmas ferozmente individualistas y de poca importancia.

2) Los británicos, y sobre todo los italianos, no han querido prestarse al juego europeo en la medida en que, hasta ahora, han estado viviendo a costa de los americanos.

Se nos replicará que la Europa del cine hace ya tiempo que existe gracias a la coproducción. Pero se trata, como veremos, del análisis superficial de un mecanismo económico. La coproducción es muy interesante, ya que reúne, mediante un acuerdo internacional, a dos o tres compañías y atribuye una doble o triple nacionalidad a la película producida, lo que permite acumular la ayuda ofrecida por los países interesados. No obstante, si bien esta fórmula ha registrado un amplio desarrollo (especialmente entre Francia e Italia: sobre la base del protocolo firmado en 1951 se han realizado 1.500 coproducciones, algunas bastante importantes), no es suficientemente flexible. En efecto, los productores no tienen las manos libres para elegir actores, directores, etcétera. La coproduc-

ción se convierte, pues, en una especie de camisa de fuerza —se intenta más bien fomentar un binacionalismo económico que crear un auténtico «gran mercado interior»—, cuando la solución ideal debería fundarse en un pluralismo europeo que permitiese aprovechar todas las oportunidades en materia de estudios, actores y capitales.

La situación no es más alentadora en el terreno de la distribución, como hemos visto: para exportar, los europeos deben utilizar las alas de la Columbia o la M. G. M.

Recordemos que los americanos utilizan a veces las películas europeas (un caso reciente: *El clan de los sicilianos*) para penetrar en determinados mercados a los que luego mandan productos de dudosa calidad «made in Hollywood».

UNA NUEVA AMENAZA

¿Habrá que actuar entonces y montar una máquina bélica destinada a la lucha contra la producción y la distribución americanas? En verdad, tal actitud sería tan presuntuosa como arriesgada. Pero tenemos un arma más a nuestro alcance. En efecto, muchas grandes producciones americanas no pueden amortizarse si no es con ayuda de las salas de explotación europeas. He ahí un argumento que podría llevar a la MPEA a aceptar, a cambio de su expansión en Europa, programas para la promoción de las películas europeas, tanto en los cines como en la televisión. De lo

contrario, tendremos que seguirnos conformando con éxitos en las salas de vanguardia de Nueva York o en las Universidades americanas, éxitos que no lo son tanto en el plano económico, aun cuando su aportación en el terreno propagandístico pueda ser considerable. La ilustración viva de este último fenómeno nos la proporcionan los mismos americanos: la película *made in Hollywood* lleva decenios exportando la noción standard de vida USA, facilitando la penetración de la Coca-Cola, los Lucky Strike y los Ford, estereotipos que influyen tanto sobre el oficinista de Tokio como sobre la mecanógrafa de París o de Milán. Y, con mayor razón aún, sobre los habitantes de los países en vías de desarrollo, donde la adquisición de una entrada de cine da derecho a soñar días mejores...

En espera de esa problemática Europa del cine, el mercado se empobrece irremediablemente. Algunos creen hacer una labor positiva parcheando aquí y allá. Pero la producción europea continúa dominada por individualidades: grandes jugadores que hacen fortuna o se arruinan de la noche a la mañana en Venezuela, y pequeños jugadores cuyos capitales son siempre bien acogidos a la hora de lanzar una producción.

En cuanto a la exhibición, podemos decir que trata de adaptarse a las circunstancias mediante la creación de salas más cómodas y la sustitución de las grandes cadenas de antaño por pequeñas ciuda-

ITALIA

PRODUCCION.—En 1969 se realizaron un total de 248 películas contra las 300 producidas el año anterior, fenómeno que marca la retirada del dólar. El cine italiano se halla dominado por una institución —la Confederación de los Sindicatos de Estudios, Distribución y Producción—, dirigida de modo dinámico y autoritario por Eitel Monaco. Las relaciones de esta organización con los productores americanos son bastante curiosas, porque las «Majors» se han logrado introducir en ella y cotizan sumas considerables, lo que les permite influir sobre la política sindical (y hay quien dice que hasta sobre la gubernamental).

A considerar igualmente el notable papel jugado por la Banca del Lavoro, que ya antes de la segunda guerra mundial disponía de una sección dedicada especialmente al financiamiento de las actividades cinematográficas. Esta institución concede tradicionalmente créditos profesionales, pero en la medida en que casi nunca se solicita su reembolso podemos hablar de subvenciones disfrazadas.

La producción italiana se caracteriza por una constante improvisación que podría hacernos olvidar fácilmente la eficacia de sus medios industriales, sobre todo la de ese remarkable instrumento llamado Cinecittà. Entre los produc-

tores más conocidos fuera de su país figuran Rizzoli (1), Carlo Ponti, De Laurentiis, hombres de negocios de auténtico talento. Evidentemente, la «pell-icula» es, igual que la «meccanica», una expresión del genio italiano.

DISTRIBUCION.—Se registra una neta disminución de los beneficios. En 1969 se exhibieron en Italia 248 películas nacionales contra 147 americanas, 32 francesas y 21 inglesas.

EXHIBICION.—Hay en Italia 10.000 salas (2), de las que sólo un 20 por 100 funcionan diariamente. El número de espectadores disminuye sin parar: un 10 por 100 aproximado al año. Desde 1955, los exhibidores italianos han perdido 250 millones de espectadores. Parece que nunca se volverá a conseguir la cifra record de 1955: 820 millones de espectadores. A todas luces, el cine sufre de un exceso de oferta sobre la demanda. Hay que tener en cuenta también la competencia que representan otros espectáculos de masas, como el fútbol. El precio de las localidades contribuye igualmente a ese descenso de espectadores: la butaca de un cine de estreno, en Roma, puede costar 1.600 jiras, unas 180 pesetas.

(1) Es preciso resaltar la importancia numérica que en Italia poseen las «salas parroquiales», cuya

proliferación les convierte en un circuito comercial más. Habitualmente equipadas con proyectores de 16 mm., dependiendo de los parrocos respectivos, un buen número de films han logrado su éxito o fracaso a partir de la recepción efectuada por parte de estas «salas parroquiales», que suelen funcionar de dos a tres días por semana. Su criterio de programación está lógicamente marcado por la evolución del pensamiento católico italiano en los últimos años. El número de las salas parroquiales en 1970 se ha cifrado en 4.500!

(2) Fallecido durante el pasado año, Angelo Rizzoli personificaba plenamente el tipo de «magnate cultural» llevado a su dimensión italiana. Fue el clásico «self-made man» que, al estilo americano, ascendió desde un taller de tipografía a ser dueño de un vasto complejo editorial, periodístico («L'Europeo») y cinematográfico (Rizzoli Film, Cinecliz, Dear Film). Dentro de este último, y junto a una producción habitualmente mediocre, destaca su financiación, sumamente generosa (aunque recompensada), sobre las películas de Federico Fellini —«Ocho y medio», «Giulietta de los Espíritus», así como la distribución de «La dulce vida», «Boccaccio 70» y las dos citadas. La mejor virtud de Rizzoli, según diversos testimonios, radicaba en su no interferencia en el aspecto puramente cultural de sus empresas, dedicando sólo su atención —de forma especial en los últimos años, muy debilitado físicamente— al sector económico e industrial de su complejo.

HOLLYWOOD, 71

GRAN BRETAÑA

PRODUCCION.—Con una media de 70 películas anuales —de las que una parte importante redundan en beneficio de las «Majors» USA—, la industria británica se muestra preocupada por una eventual retirada de los americanos (1). La opinión pública reaccionó vivamen-

(1) Durante 1968, el 90 por 100 de la producción cinematográfica inglesa estuvo controlado por capital norteamericano. Y el panorama no ha variado: «Analizando la infiltración yanqui en Europa, y más concretamente en las islas Británicas, hay que sobrecogerse. Cerca de dos millones de libras —unos 350 millones de pesetas— es el programa de inversión que la Paramount aporta para 1971 en las coproducciones anglo-americanas. La compañía USA había suspendido sus programas de inversión por considerarlos "una orgía de extraproducción", pero ha debido reconsiderarlos, en vista de las últimas noticias. Cada film que se haga tiene una asignación de cerca de medio millón de libras, unos 85 millones de pesetas (...). Así, pues, la industria británica no flaquea. Dólares sanísimos y buena perspectiva de mercados». (Eduardo Monleón, en «Nuevo Fotogramas», 1 de enero de 1971.)

te al anunciarse la venta de determinados estudios, que luego tratarían de rescatar algunas firmas locales importantes, como la EMI. Los estudios británicos dan trabajo a 9.000 personas y pertenecen a cinco grandes empresas.

La inquietud es tanto mayor cuanto que la discusión ante el Parlamento de la Ley de Protección a la industria cinematográfica, que estaba a punto de caducar, ha revelado las sensibles pérdidas registradas por la National Film Finance Corporation, Banco del cine británico: cinco millones de libras en diez años (incluido el pago de las deudas de la British Lion que le impuso el Gobierno), unos 850 millones de pesetas.

El Gobierno laborista decidió renovar esa institución creada por Harold Wilson cuando era ministro de Comercio, concediéndole una nueva dotación de tres millones de libras (más de 500 millones de pesetas), a pesar de la oposición de los conservadores, que pedían la supresión inmediata de dicho organismo.

DISTRIBUCION.—Frente a la poderosa penetración americana en el sector de la producción, existe en el de la distribución un enorme vacío. Actualmente se siguen con inte-

rés los esfuerzos de Dimitri Grundwald y su consorcio internacional. Grundwald ha conseguido lanzar un programa de producción de diez millones de libras (1.700 millones de pesetas) y ha firmado acuerdos de comercialización con una compañía norteamericana independiente: la Wintrop Lawrence.

EXHIBICION.—En 1950 había 4.500 salas; hoy sólo quedan, aproximadamente, 1.700. Dos grandes redes agrupan unas 270 cada una (las mejor situadas y las más rentables): Rank y ABC, esta última integrada en el grupo EMI. Ambas redes apoyan a la producción.

Pero las prácticas comerciales de estos dos grupos han producido una auténtica esclerosis en el mercado: el exhibidor no puede discutir con uno sin excluir automáticamente al otro. Además se observa una grave rigidez en la programación: los antiguos explotadores se benefician del privilegio de estrenar con detrimento de las nuevas salas, anomalía denunciada una y otra vez, pero que hasta ahora no se ha tratado de remediar. Un 80 por 100 de las películas presentadas por televisión son americanas; en Francia el porcentaje es de un 48 por 100.

EL 80 POR CIENTO DEL MERCADO CINEMATOGRAFICO BRITANICO ESTA EN MANOS NORTEAMERICANAS.

ALEMANIA

PRODUCCION.—Alemania ha sido durante mucho tiempo un país subdesarrollado en lo referente a producción. Parece, sin embargo, que últimamente se está recuperando. En 1969, por ejemplo, se produjeron 80 películas contra las 70 de hace tres años. De los 80 films, la mitad estaban financiados por capital exclusivamente alemán. Es de destacar la aparición de unos cuantos productores-realizadores independientes, entre los que destaca Robe Houver.

La producción actual tiene a presupuestos cada vez más bajos. Por otro lado, aproximadamente un 50 por 100 de las películas son más o menos pornográficas. La opinión pública ha reaccionado violentamente ante este fenómeno. Preocupados, los productores realizaron encuestas de mercado para determinar de dónde procedían las protestas. Y descubrieron (seguramente con gran alivio por su parte) que quienes tanto chillaban eran gentes que jamás iban al cine...

DISTRIBUCION.—Notable la penetración de la MPEA en Alemania. Sin embargo, no por ello las distribuidoras locales han tomado importancia. Hay que subrayar, no obstante, el rotundo éxito de un pe-

queño distribuidor, el de «Helga», film de educación sexual realizado por el Ministerio de Sanidad y que nadie quería explotar. Con los muchos millones que consiguió con «Helga», este distribuidor se ha pasado al campo de la producción.

EXHIBICION.—El mercado alemán va de mal en peor. Las estadísticas, aunque imprecisas, señalan un descenso del número de espectadores de un 10 a un 30 por ciento anual. Y ello a pesar de la relativa baratura de las entradas (3,5 marcos —65 pesetas— en los cines de estreno). También disminuye sensiblemente el número de salas: 5.200, en 1965; 4.000, en 1968. ¡Sólo en la ciudad de Munich se han cerrado 61 locales en doce años! Como contrapartida, Alemania está registrando un notable desarrollo de la fórmula del «drive in» para automovilistas, sistema que, paradójicamente, no parece tener éxito en países más cálidos.

De forma paralela se registra un fenómeno de concentración en la distribución y de constitución de cadenas, aunque ninguna de ellas supera las 40 unidades. La más importante es la UFA Theater AG, que ha pasado a manos de la editorial

Bertelsman y de Axel Springer (1). Springer, no obstante, parece que quiere volver a vender dicha cadena y se interesa ahora por los importantes estudios de Hamburgo, que dirige Julius Trebich. La manobra no puede ser más clara: el potente editor alemán necesita contar con la ayuda de especialistas en programas filmados para dedicarse a la producción de cassettes.

(1) La cadena de Axel Springer posee el 89 por 100 de los periódicos interregionales, el 85 por 100 de los dominicales, el 44 por 100 de las revistas de radio y televisión y el 30 por 100 de los semanarios de Alemania Occidental. Tirada semanal de todas las publicaciones: cuarenta millones de ejemplares (población total del país: 58 millones de habitantes). Situado políticamente a la derecha, fuertemente conservador, el verdadero poderío ideológico y político de Springer resulta difícilmente calculable. Poderío extendido últimamente sobre la televisión y que tiene su máximo exponente en el diario «Bild Zeitung», con una tirada de cerca de cuatro millones de ejemplares. «Die Welt» es el semanario de su cadena que ha logrado una mayor difusión, sobre todo cara al extranjero. Contra esta publicación lucha directamente «Der Spiegel», de Rudolf Augstein, máximo enemigo de Springer. La lucha contra el «trust» de este último se convirtió —a finales de 1969— en un «slogan de combate» en todos los mítines y manifestaciones de Alemania.

des que agrupan a tres o cuatro salas. Iniciativas interesantes, pero que no pasan de ser combates de retaguardia. Porque apunta una amenaza en el horizonte: la que representa la video-cassette, que permite la proyección de películas a domicilio.

En verdad, cuando se ha vivido toda una existencia profesional en medio de un clima de incertidumbre sin conocer a ciencia cierta si una película funcionará o no, se continúa, a despecho de las circunstancias, probando suerte. En eso se ha basado siempre y se sigue basando el dinamismo de la industria cinematográfica. ¿Sabrán los nuevos «managers» dotarla de bases más sólidas y racionales? ¿O se comportarán más bien, en esta industria de la emoción, como elefantes en una tienda de loza? La respuesta, en los cinco próximos años... (3).

(3) Existe un estudio fundamental sobre la evolución industrial del cine americano: «A propos de la crise de l'industrie du cinéma», editado por el Instituto de Sociología de la Universidad Libre de Bruselas, 1963, y extractado por «Cahiers du Cinéma», en su número extraordinario 150-151. Su autor, Jean-Claude Batz, realizó su estudio dentro del Centro nacional belga de Sociología del Trabajo.

A un nivel más general, y junto a textos suficientemente conocidos (tipo Galbraith), es recomendable «Puissance de l'industrie américaine», de Geoffrey Owen. Seuil, 1968.

Próximo capítulo (y IV):

«UNDERGROUND USA»,
por DIEGO GALAN