



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

DENTRO DE C&S

OK



Reseña /

Alejandro Pardo

El oficio de producir películas: el estilo Puttnam

Ariel Cine, Barcelona, 2003, 190 pp.

Descubrir el impacto que la película *Expreso de Medianoche* causó en el público, llevó a Puttnam en 1978 a “plantearse seriamente una dimensión de su trabajo hasta ahora desconocida: el poder de influir en la mente y en los corazones de las personas” (p. 26). El detonante de este cambio se produjo cuando en el estreno comprobó como el público aplaudía ante una escena que para él, como director del film, manifestaba los horrores de la degradación humana. Alejandro Pardo, buen conocedor de la personalidad y de la obra de David Puttnam, ofrece en este libro una magnífica síntesis del talante y profesionalidad del cineasta inglés. Con extremado orden, fruto de una concienzuda y rigurosa investigación, va apuntando en cursiva las ideas más importantes y las ilustra con brillantes declaraciones del mismo Puttnam. El libro se divide en tres capítulos. En el primero se expone el desarrollo profesional del director de cine. En él destacan los años ochenta, llamados por el autor del libro “años dorados” porque es la época más prolífica, alcanza su prestigio internacional y, por tanto, alcanza la madurez profesional. De estos años, merece la pena apuntar su colaboración con la división audiovisual de Coca-Cola, Columbia-Coke, en Hollywood. Una de las condiciones que puso Puttnam para colaborar con la compañía americana fue “atender a contenidos que transmitieran valores sociales y humanos y que no estuvieran determinados exclusivamente por imperativos comerciales” (p.41). En los años noventa, Puttnam se incorporó a la industria de la televisión y produjo varios programas con Anglia TV y HBO. En este sentido, pretendía “atender a la demanda del mercado televisivo y ofrecer una plataforma de lanzamiento de nuevos talentos” (p.52). A finales de los noventa, su papel en el desarrollo de las políticas comunitarias sobre la industria audiovisual europea resulta crucial para “crear situaciones idóneas para la promoción de las nuevas generaciones de cineastas” (p. 59). En el segundo capítulo, Pardo subraya los tres pilares de la personalidad profesional de David Puttnam: cineasta, productor y comunicador. A Puttnam le gusta decir de sí mismo que es un “productor creativo”, es decir, alguien que compromete su dinero, busca financiación y se compromete con el contenido de los proyectos. Entiende que un buen productor es “un ensamblador de talentos en torno a un objetivo acordado: la película” (p. 63). La labor que desarrolló como publicista le ayudó a entender que el producto debe ser querido por el público. Asimismo en su tarea de productor busca la promoción de talentos. “No busca la mera eficacia organizativa, sino crear un clima de confianza que estimule el propio talento” (p. 67). Estos planteamientos le llevan a ejercer un control total de la producción e incluso a salir de una película si no puede controlar el contenido. Finalmente, la tenacidad y el perfeccionismo son rasgos de su carácter que le llevan a afirmar: “no llego a apasionarme de verdad con algo si antes alguien no me dice primero que “no”” (p. 69). Por su faceta de comunicador entiende la influencia de los medios audiovisuales, así como su dimensión ética. “Si nuestro trabajo ha sido bueno –afirma–, la gente posiblemente saldrá del cine con unas cuantas nociones que le hará más libre y más capaz de enfrentarse al mundo en que vive” (p. 73). El tercer capítulo, aunque está orientado a la producción de una obra cinematográfica, resulta ser una guía magnífica para cualquier director de una empresa de comunicación. Pardo resume en diez pasos las claves de la producción audiovisual. En primer lugar, la idea. Por idea, Puttnam entiende una historia sobre un hombre y una mujer que se encuentre entrelazada “con los temas universales y que sea capaz de producir una película que funcione desde el punto de vista dramático y social” (p. 77). Las fuentes de inspiración pueden ser tanto los guiones originales, como las obras de la literatura, como los sucesos de la vida real. De la idea, se desliza hacia el guionista y el guión. El guionista, según Puttnam, debe “aportar pasión y compromiso a la pantalla, sin evasivas” (p. 78). Seguidamente, el director ha de ser la persona idónea para dirigir esa película concreta, “alguien con quien se pueda convivir” (p. 84). Una vez que lo encuentra, Puttnam se pone a su servicio. La producción creativa, en palabras de Puttnam, “significa que vas a hacer la película con un hombre que posee su propio punto de vista, y eso te obliga a agudizar el tuyo propio” (p. 90). El cineasta inglés siempre ha creído que promover a los buenos directores garantiza muchos puestos de trabajo. Tras el director, y antes que los actores, el compositor y la música se convierten en los siguientes motivos de preocupación del productor. Después, se hace necesario coordinar al equipo creativo y técnico de tal manera que prevalezca la unidad del proyecto y todo el mundo “esté haciendo la misma película” (p. 95). La necesidad de involucrar a todos en el proyecto le lleva a crear un Fondo Fiduciario, a través del cual todos –creativos y técnicos– puedan participar de las ganancias del film. Para el reparto Puttnam exigirá al actor que aporte profesionalidad y verosimilitud al personaje. Entiende que las “estrellas” aportan una potencia promocional, pero sabe que si la película no es buena, por muy buenas “estrellas” que tengas, el film no funciona. Su talante de productor le lleva a seguir con detalle las cuestiones de presupuesto y financiación. La clave del presupuesto, según Puttnam, está en que todos los gastos estén justificados. De manera, que su mentalidad profesional le lleva a saber cuánto hay que ahorrar y cuánto hay que gastar y en qué. Por ello, primero es necesario presupuestar y luego, buscar la financiación, y no al revés. En el rodaje, Puttnam se mantendrá lo suficientemente alejado como para poder solventar los problemas y aportar opiniones ponderadas, que sólo la distancia facilita. En la postproducción, como en el resto de las fases, deja libertad al montador siempre que prevalezca el interés del público, y este, según Puttnam, depende de “la tensión dramática, el ritmo narrativo, y el impacto emocional” (p. 122). Por último, su experiencia publicitaria y comercial le llevan a cuidar la creatividad y la efectividad de las acciones de promoción, distribución y exhibición. En este sentido, los preestrenos, la satisfacción de los espectadores y la crítica se convierten en herramientas fundamentales para promocionar la película, aprender para mejorar y obtener el éxito esperado. Y éxito para Puttnam no se identifica sólo con beneficios, ya que es el último que cobra su salario y el que en la distribución de beneficios obtiene el menor porcentaje; éxito significa aportar valores artísticos y morales a la sociedad. A modo de conclusión, cabría apuntar que Pardo muestra con acierto las claves de la producción cinematográfica y el talante de este cineasta, cuyos rasgos manifiestan una talla humana de gran calado. Emprendedor, dialogante, seguro de su trabajo, con ganas de servir sabe relegar su interés personal a un segundo plano en beneficio de los demás. Resulta, por tanto, un libro de fácil y amena lectura, útil para alumnos, amantes del cine, productores y directivos de empresas.

Las notas del final, junto con los anexos sobre los presupuestos de las películas, el breve perfil de los profesionales que han trabajado con Puttnam y la amplísima bibliografía dejan ver un trabajo conciso, tenaz y riguroso, de obligada referencia para los investigadores en el área.

Mercedes MEDINA

mmedina@unav.es

[arriba](#)