

JAVIER CASARES Ripol* / CATEDRÁTICO DE ECONOMÍA APLICADA DE LA UCM

“Anoche soñé que volvía a Manderley”

El cinematógrafo surge en 1895 con los hermanos Lumière y su documental sobre *Salida de los obreros de la fábrica*. Zukor crea la primera sala en 1903 y a partir de entonces se desborda el mero documentalismo para generar un mundo de ilusiones y sueños. El cine refleja la sociedad y se convierte en un arte que transforma la arquitectura conceptual, lúdica y analítica de esa misma sociedad. Es decir, por un lado se trata de un espejo de celuloide de la realidad y por otro lado la ficción genera una fábrica de sueños que envuelve, distrae, hace pensar y nos aleja de la propia realidad.

“Anoche soñé que volvía a Manderley”, el evocador comienzo de la película *Rebeca* (Oscar de Hollywood en 1940), dirigida por el genial Alfred Hitchcock, basada en la novela de Daphne de Maurier, condensa y sugiere el maravilloso mundo de los sueños que el cine nos presenta (1).

Quizá el mayor mérito del desenvolvimiento cinematográfico consiste en presentar y valorar de forma iluminada los *primores de lo vulgar* (admitiendo la bellísima acepción de Ortega y Gasset). Es decir, se analiza la sutil trama de la vida cotidiana. En el fondo, y aun en el propio cine que pretende ser rigurosamente histórico, subyace el interés por los hechos intrahistóricos que son los que dan vigor a las sociedades.

El cine se enroca en todos los fenómenos vinculados con el hombre, la sociedad, la naturaleza, la técnica, etc. Nada humano le es ajeno. Desde los comportamientos ejemplares a los depravados; desde la guerra a la paz; desde el amor, en sus múltiples manifestaciones, al odio; desde el humor inteligente y sutil hasta el “departamento de la risa fácil”. Todos los temas han sido tratados por el cine. Incluso la carencia de un verdadero motivo para el desarrollo de la intriga y la acción ha sido desarrollada en imágenes. Recuérdense, con profunda emoción, los conocidos McGuffin del colosal Al-

fred Hitchcock descritos por él mismo de la siguiente manera:

“Dos viajeros se encuentran en un tren. Uno lleva un paquete con apariencia extraña. El otro viajero le pregunta:

—¿Qué llevas ahí?

—Un McGuffin —contesta el portador del paquete.

—¿Para qué sirve?

—Para cazar leones en Highlands (Escocia).

—Si en Highlands no hay leones.

—Entonces no es un McGuffin”.

La Edad de Oro del cine se desarrolla en los años 30, 40 y la primera mitad de los 50. En la segunda mitad de esta década se observa un declive debido al impacto de la televisión y de los cambios demográficos. Los años 60 se caracterizan por el desconcierto que continúa en los sucesivos. La pugna entre los “intelectuales”, que buscan informar y divertir, y los publicitarios, que buscan vender cosas, permanece, pero se observa una tendencia al dominio imperialista de los que piensan en las películas como simples productos industriales. Se trata, por otra parte, de perpetuar los éxitos generando innumerables secuelas. El triángulo del éxito se basa en los efectos especiales, las estrellas (cualesquiera que sea su talento cinematográfico real) y la agitación continua. Las tendencias escapistas provocan los siguientes efectos perversos:

- Excesivo uso del ordenador para los movimientos de masas, la utilización de animales, etc. Hoy en día resultaría ruinoso realizar *Ben-Hur* por los altísimos costes de actores secundarios y extras (aparte de que falte la genialidad y el tiempo necesario para realizar la carrera de cuadrigas). La automatización disminuye el papel del pensamiento y provoca un reduccionismo infantil en la elaboración de las imágenes y los diálogos.
- Falta de talento en los guiones y en los diálogos. La consideración de las películas como meros productos industriales entroniza su adscripción al mundo del marketing y la publicidad. Los guiones bien escritos, los diálogos prodigiosamente trabajados (piénsese, a título de ejemplo, en Mankiewicz), la fotografía bien elaborada y otras maravillas del cine pasan a mejor vida y conceden la alternativa a la ramplonería de los guiones, la tosquedad de los diálogos, etc. Barry Norman (p. 66) expresaba ideas similares con las siguientes palabras:



“Un papel bien escrito está prácticamente a prueba de actores; un papel mal escrito es casi irrepresentable. Son demasiadas las películas que no están basadas en un guión esmerado sino en una simple idea. Y las ideas, a diferencia de los relatos redondos y escritos con oficio, tienden a perder su impulso hacia las dos terceras partes del metraje de la película; es por ello por lo que tantos desenlaces improvisados se basan en la acción apresurada, en los efectos especiales y en la esperanza ferviente de que el público no se detenga a pensar durante el período suficiente para darse cuenta de que todo resulta completamente ilógico” (2).

Ahora bien, los grandes temas sociales han sido siempre abordados por el cine —con mayor o menor talento y finura—, lo cual justifica que películas de segundo orden en calidad tengan interés en términos sociológicos o económicos.

CINE Y SOCIEDAD

El cine ha analizado los problemas sociales de diversas maneras y con diferentes miradas.

Señalemos algunos aspectos relevantes relativos a la pobreza y los cambios tecnológicos, económicos y sociales.

Los problemas de la pobreza y la exclusión



Diversas películas han tratado estas cuestiones sociales. Citemos algunas y sus principales líneas de diagnóstico social.

- **Los olvidados** (1950), dirigida por Buñuel. En esta película se plantean con especial crudeza (y con cierto realismo ribeteado de elementos oníricos) las consecuencias de la marginación. Los personajes son cautivos de su circunstancia, pero son analizados sin la menor condescendencia.
- **Ladrón de bicicletas** (1948), dirigida por Vittorio de Sica e interpretada por actores no profesionales. Obra cumbre del neorrealismo italiano en la que se muestran los desastres derivados de la guerra y las penurias del desempleo y la miseria en la posguerra.
- **Lamérica** (1994), película reciente en la que se muestra el panorama desolador de la miseria en una Albania de transición (¿hacia dónde?, ¿hacia Lamérica?). Hambre, vacío de poder, incertidumbre zarandean a los albaneses que huyen hacia la costa.

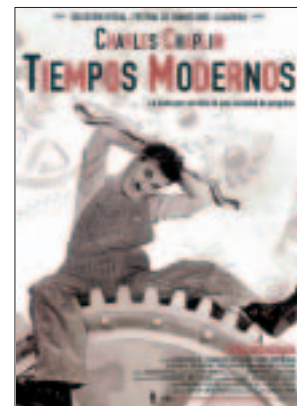
Otras películas relevantes —en esta línea de argumentación— son: *El árbol de los zuecos* (1978), *Arroz amargo* (1948), *Rocco y sus hermanos* (1960), *Los santos inocentes* (1984) y *La Camioneta* (1996).



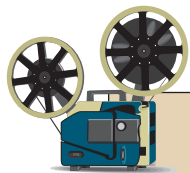
Los cambios tecnológicos, económicos y sociales

La destrucción creadora de la que escribía Schumpeter se interpreta, en muchas ocasiones, como el tañido de las campanas del Juicio Final. Algunos grupos sociales se enfrentan a lo desconocido y sufren las consecuencias de las innovaciones tecnológicas, los cambios sectoriales, las variaciones en la demanda de bienes y servicios... Otras personas y grupos se adaptan a los procesos y aparecen sectores emergentes que se van adueñando de la situación. El cine ha sabido plasmar en imágenes los procesos de innovación, modernización y sus consecuencias para hombres, mujeres, pueblos, comunidades, etc.

Tiempos modernos, de Charles Chaplin, refleja con gran claridad el proceso de deshumanización derivado de la producción en serie y de la hegemonía de la máquina. Desde otra perspectiva, más documental y menos irónica, *La Conquista del Oeste*, dirigida por Henry Hathaway, muestra el colosal mosaico de actividades económicas y financieras que supuso la utilización de nuevas tierras en Norteamérica. *El cuarto mandamiento*, dirigida por Orson Welles, supone una radiografía precisa, y de gran dureza, del cambio estructural originado por la producción en serie del automóvil. Las cosas ya no son iguales. Los nuevos valores profesionales desplazan a los antiguos.



En un aparente segundo plano, diversas películas exprimen limones de vitriolo al manifestar los cambios profesionales y la fugacidad del éxito y del dinero en algunas ocupaciones humanas. Hay que recordar, con intensa emoción, la carga de profundidad corrosiva lanzada por Mankiewicz en *Eva al desnudo*. Todo vale con tal de conseguir el premio del estrellato. El fin justifica los medios. No hay sitio para todos en la cumbre. George Sanders, emborrachado de cicuta y arsénico, realiza un análisis demoledor en sus soberbios monólogos (especialmente el del final, cima artística del arte de hablar bien en el cine;



CUADRO Nº 1

El crítico teatral Addison de Wit (maravilloso George Sanders) reconoce su fascinación por lo perverso y aclara a Eva Harrington (Anne Baxter) que es de su propiedad. El torrente de cónicas verdades con la que consigue abatirla incluye los siguientes párrafos:

“Que yo te quiera se me antoja ahora repentinamente algo inverosímil. Pero quizá sea esa precisamente la razón. Eres una persona inverosímil, Eva, y yo también. Eso tenemos en común. Junto con el desprecio por la Humanidad, incapacidad para amar y ser amados e insaciable ambición y talento. Nos merecemos el uno al otro...”.



se recoge en el cuadro nº 1). También *El Gran Carnaval*, dirigida por Billy Wilder, mete el bisturí hasta el fondo de las miserias humanas en torno al desarrollo de la economía del “escándalo” (increíble, por cierto, que esta película sea del año 1951).

Evidentemente, para terminar este apartado con cierta dosis de humor, no todas las profesiones y actividades sufren y requieren readaptaciones ante los cambios sectoriales y tecnológicos. El diálogo de Jean Harlow y Marie Dressler en *Cena a las ocho*, dirigida por George Cukor, puede resultar ilustrativo:

“Jean Harlow.- Estaba leyendo un libro el otro día. Todo él trata sobre la civilización o algo así..., ¿sabes que el tipo decía que la máquina está en camino de ocupar el puesto de cada profesión? Marie Dressler.- Oh, querida, esto es algo de lo que tú nunca tendrás que preocuparte”.

Una parte importante de la población, que, por cierto, utiliza la civilización como si fuera naturaleza, nunca tiene que preocuparse de los cambios (por ejemplo, todos aquellos que viven de la televisión del fango y de la bisutería de lo trivial y chabacano).

CINE, COMERCIO Y CONSUMO

Como es lógico, el comercio y el consumo también han sido observados desde la atalaya cinematográfica. La “agonía de la elección” se cierne sobre nosotros. ¿Qué películas permiten ayudar a interpretar los procesos comerciales y de consumo? ¿Qué escenas han irradiado emoción y ventura sobre nuestra limitada capacidad para entender –con pocas imágenes y/o frases– los laberínticos mundos del comercio, la compra, la configuración comercial de las ciudades? Incluso, ¿en cuántas ocasiones nos hemos reído y sonreído con escenas vinculadas con la distribución comercial y el consumo?

Intentemos, con un punto de insolencia, clasificar por géneros cinematográficos algunas películas y escenas vinculadas con el mundo comercial (3). La distinción se va a realizar desde una óptica maravillosamente convencional: la comedia, la intriga, el drama y las aventuras (incluyendo las películas del oeste, de piratas, “peplum”...).

Comedia

En el ámbito de las comedias destacan las siguientes:

- **El bazar de las sorpresas** (1940), dirigida por Lubitsch y con Margaret Sullivan y James Stewart como principales intérpretes.

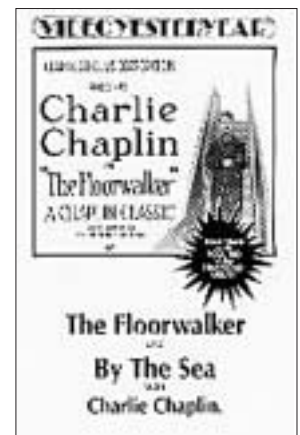
En esta película se muestra el funcionamiento de una tienda mediana en los años 20; la estructura del local, las relaciones entre los empleados, la preparación de los escaparates, el reparto jerárquico de funciones... También se analizan las consecuencias de la competencia, la posibilidad de vender el negocio (de artículos de cuero), etc. La luminosa ironía de Lubitsch –maestro de la elipsis– se manifiesta en algunas joyas humorísticas como cuando un cliente pregunta: “¿Cuánto vale ese cinturón del escaparate, el que tiene el cartel que dice 2,95 dólares?”

- **Charlot encargado de bazar** (1916), dirigida e interpretada por Charles Chaplin.

El gran almacén, ideado por Aristides Boucicaut a mediados del siglo XIX en Francia, es objeto de análisis indirecto en esta breve pero intensa película de Charlot.

Destacan diversos aspectos en la narración:

- División del establecimiento en secciones claramente diferenciadas.
- Sistema de autoselección.



- Gran variedad de productos comercializados (surtido amplio y profundo) que abarca desde ropa a muebles pasando por cristalería (que propicia algunos efectos humorísticos...).
- Fuerte rotación de existencias con precios moderados y ofertas llamativas.

Desde el punto de vista estrictamente cinematográfico, esta película se inscribe en la línea del *burlesque* que tanto éxito tuvo en las primeras décadas del siglo XX (4). El *burlesque* partía de situaciones convencionales para transgredirlas mediante efectos cómicos visuales (herederos del teatro) con la utilización de gestos y movimientos específicos. Estos cortos cómicos (*slapstics*) combinaban lo mejor del vodevil americano, el music-hall inglés y la pantomima francesa.



- **Lío en los grandes almacenes** (1963), dirigida por Frank Tashlin e interpretada por Jerry Lewis. Una de las mejores comedias de Jerry Lewis, con un ritmo sobresaliente, excelentes efectos especiales y disminución de su habitual autocomplacencia. Desde el punto de vista de nuestro análisis del comercio destacan las excelentes descripciones visuales de las técnicas de exposición y publicidad en el lugar de venta; el comportamiento del consumidor en un mercado orientado por los deseos y la organización interna de unos grandes almacenes. Especialmente llamativas son las escenas relativas a las rebajas y al correspondiente comportamiento compulsivo de los clientes.



- **Tienda de locos** (1941), dirigida por Charles F. Reisner e interpretada por Groucho, Harpo y Chico Marx y Margaret Dumont.

Se trata de una de las últimas películas de los hermanos Marx como grupo y con su actriz "bandeja" –que facilita su lucimiento– Margaret Dumont.

Situando la película en su contexto hay que destacar que se desarrolló en un momento terrible de la Segunda Guerra Mundial. El primer ministro inglés Winston Churchill la cita expresamente en sus memorias (él se encontraba en Ditchley Park el 10 de mayo de 1941 cuando se produjo un bombardeo masivo sobre Londres):

“Después de la cena, llegó la noticia del fuerte bombardeo sobre Londres. No había nada que yo pudiera hacer, así que me puse a mirar a los hermanos Marx en una película cómica que habían dispuesto mis anfitriones. Salí dos veces para preguntar acerca del bombardeo y oí que era grave. La alegre película continuó y yo me alegré de poder distraerme”.

La película muestra fundamentalmente, al fondo del paisaje del delirio, las técnicas de venta y la importancia de los vendedores así como las pautas de actuación de unos consumidores que buscan calidad y precio (5). También se observan las relaciones laborales en las empresas comerciales, los procesos de compra y venta de las mismas y la importancia de los grandes almacenes como centros de concentración de la oferta (en este caso, los almacenes Phels que constituyen el eje vertebrador de la comedia). Permitamos que en el análisis se deslice parcialmente una escena: El gerente Mr Grover (interpretado por Douglas Dumbrille) interroga al detective privado Flywheel (interpretado por Groucho Marx) –que quiere trabajar en el establecimiento–, en presencia de Martha Phels (dueña de los grandes almacenes):

“Grover.- Imagínese que soy un cliente..., y que vengo a devolver una cuna.

Flywheel.- ¿Está casado?

Grover.- Claro que no.

Flywheel.- ¿Entonces para qué quiere la cuna? Este hombre es un sinvergüenza.

Grover.- Los almacenes están llenos y una mujer se desmaya, ¿qué haría?

Flywheel.- ¿Cuántos años tiene?

Grover.- ¿Y eso qué importa?

Flywheel.- ¿Lo ha oído? La vida de una mujer está en peligro y me pregunta, ¿y eso qué importa? ¿Este hombre dirige su almacén? Yo le despediría”.

Desde la óptica cinematográfica se puede considerar como una esmeralda con motas de polvo en la carrera de los Marx. Su hilo argumental puede parecer más endeble que sus grandes obras maestras como *Una noche en la Ópera*, *Un día en las carreras* y *Sopa de ganso* (6). Sin embargo, sus guiños corrosivos son continuos y hay una perfecta concatenación de situaciones cómicas que introducen a la película en la reducida categoría de los “clásicos”.

Intriga

En el mundo de la intriga podemos destacar dos obras de arte de las que irradian tangencial, pero poderosamente elementos de la actividad comercial.

- **Frenesí** (1971), dirigida por Alfred Hitchcock e interpretada por John Finch y Barry Foster. Esta magistral película comienza con una escena en la que diversos políticos se vanaglorian del nuevo ambiente del Támesis y en ese momento aparece el cadáver de una mujer estrangulada. A partir de este momento convive la intriga con el humor (las increíbles comidas de la mujer del inspector, los comentarios sarcásticos de este último...).



El asesino de las corbatas (el pelirrojo Barry Foster) —no desvelamos nada al que no haya visto la película, puesto que Hitchcock se apresura a hacerlo desde el principio— es un almacenista de frutas en Covent Garden. En toda la película se describen muy bien las características del mercado mayorista así como las relaciones entre los comerciantes y empleados, los bares circundantes, los camiones (inolvidables escenas en el que transporta patatas...). Hitchcock consigue hacer atractivo el mercado (incluso en la publicidad de la película se utilizan ampliamente las características peculiares de Covent Garden) y los productos que se comercializan (una fotografía espléndida hace desear al espectador comerse las manzanas, patatas, tomates, etc.).

Desde la perspectiva cinematográfica hay que destacar que Alfred Hitchcock utilizó actores dedicados fundamentalmente al teatro (como el soberbio malvado Barry Foster).

- **El tercer hombre**, dirigida por Carol Reed e interpretada por Joseph Cotten, Alida Valli y Orson Welles.

Esta película se centra en los mercados negros y en la especulación en momentos de racionamiento. Viena es una ciudad destrozada por la Segunda Guerra Mundial en la que existen amplios mercados paralelos de productos básicos (incluyendo medicinas). Personas sin escrúpulos, o simplemente desesperadas, tejen una trama de comercialización oculta de productos de primera necesidad ante la existencia de una demanda de una población hambrienta y sin opciones de empleo y de satisfacción de sus necesidades elementales.

La mirada puramente cinéfila permite recordar, con emoción infinita, la aparición de Harry Lime (Orson Welles) en un portal, descubierto por un gato, con una luminosidad especial y al son del tema musical de la película interpretado con cítara (una genialidad de Antón Karas).

Drama

Diversas películas dramáticas han retratado paisajes comerciales. Destacaremos, brevemente, algunas.

- **La camioneta** (1996). Se trata de una película dirigida por Stephen Frears y que tiene como principales actores a Colrn Meaney y Donald O'Kelly. Aunque la película se centra en el problema del desempleo (Bimbo es despedido de una panadería), refleja muy bien los problemas del autoempleo mediante la venta ambulante en una camioneta.
- **Competencia desleal** (2001), dirigida por Ettore Scola e interpretada por Gerard Depardieu y Diego Abastrantuono. Esta película refleja muy bien —en una mezcla de comedia y drama— las características de las tiendas de ropa (de caballero) y las estrategias competitivas vía precios y calidades. La película tiene una perspectiva más amplia y política al situar el problema en el contexto de las leyes raciales de Mussolini.



- **Mi calle** (1960). El director es Edgar Neville y los principales actores Roberto Carmidiel y Adolfo Marsillach. Película imprescindible desde la óptica del comercio, puesto que se trata de la visión coral del comportamiento de los habitantes de una calle madrileña a principios de los años 60. Se recogen perfectamente las características de diversos establecimientos comerciales y de servicios: carnicería, lechería, café, fabricante y comerciante de acordeones, de paraguas, de abanicos...

La calle es un microcosmo con apertura ventanal a los cambios en el mundo y en las costumbres.





Otras películas dramáticas con incursiones en el mundo del comercio son *La boutique* (1961; obra poco conocida de Luis García Berlanga); *Lloviendo piedras* (1993; aportación muy ácida de Kean Loach) y *Marty* (1955; en la que el protagonista oscarizado –Ernest Borgnine– es un carnicero) y la reciente *Mr Batignole* (2005; en la que el valeroso protagonista es un comerciante empeñado en salvar a unos niños judíos durante la dominación nazi en Francia).

Aventuras

Las películas del oeste, de piratas, de “romanos” (peplums), de terror (que incluimos en este epígrafe por razones de espacio) han dejado algunas escenas vinculadas con el comercio (aunque han sido mucho más frecuentes los casos de brillantes escenas en restaurantes, cafeterías, cantinas, salones, bares y un largo etcétera).

Al fondo del escenario se atisban, sin embargo, algunas realidades comerciales que someramente sometemos a la consideración amable del lector.



- La pajarería y tienda de mascotas de las que surge el evanescente trasfondo (o Macguffin) de *Los pájaros* (1963), de Hitchcock.
- La apertura de mercados (con la comercialización de diversos productos...) que se narra en *Río de sangre* (1952), de Howard Hawks, *La Conquista del Oeste* (1962), de Henry Hathaway, y otras películas del género.
- Podemos destacar el papel del comerciante que invita a Ben Hur (Charlton Heston) a dirigir la cuadriga con la que vencerá a Messala en la famosa carrera en el circo (que originó algunas de las escenas más bellas y espeluznantes de la historia del cine) (7). *Ben Hur* (1959), dirigida por William Wyler, obtuvo once oscar de la Academia.
- En el cine de terror destaca *La tienda de los horrores*; esta película ha tenido diversas versiones (la clásica de Roger Corman, la musical de Frank Oz...) y se centra en una floristería en donde empiezan a ocurrir cosas extrañas...
- También hay que destacar las persecuciones en bazares y mercados al aire libre tan frecuentes en películas rodadas en Estambul, Marrakesh –recuérdese la segunda versión de *El hombre que sabía demasiado* (1956)–, etc.
- Rara es la película del Oeste en la que no aparece una tienda polivalente, más próxima al concepto de almacén (“store” o “general stores” que vende comida, ropa, artículos del hogar...) y también destacan los ejemplos de vendedores ambulantes (que venden desde productos alcohólicos a “modernos” sistemas para lavarse los dientes).

REFLEXIÓN FINAL

Para terminar esta breve incursión por el mundo del cine en su vinculación con la sociedad, y sobre todo la distribución comercial y el consumo (el espacio una vez más ha ganado la carrera y nos deja sin margen para extralimitarnos), puede ser conveniente recomendar la visión de la mayor parte de las películas citadas. Por mucho que nos refiramos a lo que los personajes hacen o lo que los ambientes reflejan es mucho mejor verlos en las pantallas.

De esta manera, se evitará lo que comenta Ortega y Gasset (*Ideas sobre el teatro y la novela*) de una novela de Pardo Bazán en la que cien veces se dice que un personaje es gracioso, pero no hace gracias. Por lo tanto, amables lectores, mi agradecimiento por leer estas líneas pero, si pueden, vean las películas. De esta forma, se verán transportados al fértil sonambulismo en el que nos instala el buen cine (también hay yacimientos de somnolencia sobre los que preferimos no ocuparnos).

* *Javier Casares es coautor, junto con José Luis Ramos Gorostiza y Manuel Santos, del libro De Lumière a Wall Street. Cine, economía y sociedad. Editorial ITFI (2004).*

NOTAS

- (1) Sirva como homenaje emocionado al gran mago del cine en el XXV aniversario de su fallecimiento.
- (2) Algunos de estos puntos de debate surgen del libro de Casares, Ramos y Santos (2004): *De Lumière a Wall Street. Cine, economía y sociedad*. Editorial ITFI. En este libro se analizan 192 películas vinculadas con temas económicos y sociales.
- (3) También sería interesante efectuar una mirada en el mundo teatral: el onírico pueblo de Casas Nuevas en el Milanesado (con su mercería, zapatería, botica...), en la obra de *El abanico*, de Goldoni; el clásico *Muerte de un viajante* y otras piezas de indudable interés.
- (4) Surgido en Francia de la mano de Max Lindor.
- (5) Por cierto, que a Groucho no había nada que le produjera tanto placer como hacer la compra. Nos referimos a su vida privada –suponiendo que hubiera alguna diferencia con la vida profesional-. Así lo recoge su hijo Arthur Marx en el libro *Mi vida con Groucho*, Paidós, 1971, pág. 170.
- (6) Probablemente la película más soterradamente antibelicista de la historia del cine. Recuérdese, con profunda emoción, la justificación de la continuación de la guerra porque “hemos alquilado un mes el campo de batalla” o la indignación progresiva de Groucho Marx ante la posibilidad de que el embajador Trentino (estupendo Louis Calhern) se niegue a darle la mano (una autofabulación realmente portentosa).
- (7) Junto a esta escena recordemos, en postura próxima a la levitación, la batalla naval de romanos y piratas, precedida de unas escenas terribles en las galeras con los esclavos remando al implacable ritmo del cómitre.