

la convergencia que exige la tecnología digital. Se trata de un estudio de prospectiva que parte de las tendencias de la radio generalista y especializada para desembocar en la radio en Internet y la radio digital. En éstas la elaboración de nuevos contenidos resulta un elemento tan determinante que está modificando ya no sólo los perfiles profesionales sino también los tradicionales sistemas de gestión radiofónicos.

Con todo ello el lector dispondrá de una panorámica completa sobre la programación radiofónica, a la que también puede aproximarse mediante la lectura independiente de cada capítulo, cada uno de los cuales constituye un estudio riguroso sobre un aspecto específico de un tema que resulta imprescindible para comprender la radio desde cualquier perspectiva desde la que se quiera analizar.

Arturo MERAYO
amerayo@wanadoo.es

Alejandro PARDO

La grandeza del espíritu humano: el cine de David Puttnam

Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid, 2003, 228 pp.

Tal y como dice Eduardo Torres-Dulce, en el prólogo, este libro supone “una auténtica osadía”, dado el curso que ha tomado el negocio del cine (p. 15). Alejandro Pardo, profesor de Producción Audiovisual en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, ofrece una última entrega –al menos, por ahora– de su trilogía sobre el productor cinematográfico Lord David Puttnam. Esta vez, se trata de valorar la inmensa huella y alcance social de la obra *puttnamiana*, desde la riqueza de sus propias películas.

Tanto el estilo como la claridad, con la que está escrito, facilitan la comprensión del profundo calado del texto. El libro consta de dos partes: al principio se exponen los principios que enarbola el cine, desde su trascendencia y responsabilidades sociales, dando paso al ejemplo cinematográfico de David Puttnam. Esta segunda parte aparece glosada con numerosas referencias, testimonios y los análisis de tres *films* de Puttnam que fundamentan la tesis principal.

Según Pardo, David Puttnam da testimonio de una producción responsable. Producción que tiene en cuenta los poderes y capacidades del cine, donde también entra en juego

la autorregulación profesional. Consciente de su responsabilidad social, Puttnam parece promover un tipo de cine como factor de culturización y socialización, donde se pueden afrontar temas complejos, combinando el entretenimiento y la reflexión. Así pues, el propósito de Puttnam consiste, en primera instancia, en provocar pensamiento.

Pero, ¿cómo y para qué ser responsables en el cine? Según Puttnam, haciendo películas humanistas con dimensiones metafóricas. Esta propuesta consiste en un cine que no oculta las miserias y dramas humanos. Antes bien, los retrata, desde la comprensión ante la complejidad de los conflictos de conciencia y de los sufrimientos de la gente, aportando ejemplos de conductas heroicas. De ahí que, con Puttnam, no estemos ante un cine ingenuo o encriptado, sino, más bien, ante un cine serio y de corte grave, que huye de los reduccionismo pesimistas y derrotistas del pensamiento moderno.

Pero, sin lugar a dudas, se necesita ser un maestro como Puttnam para lograrlo sin tener que predicar. Desde el punto de vista artístico, lo más interesante es que, con Puttnam, es posible caer en la cuenta de que no se debe confundir responsabilidad social con predicaciones o moralinas. Antes bien, como sucede en las películas con dimensiones metafóricas y de corte humanista, se desprende el valor de la dignidad humana sin forzamientos o reduccionismos ideológi-

cos que coartan la libertad del público, en un signo u otro; y, al mostrar la imagen del “mejor” hombre, se genera ese tipo de responsabilidad social necesaria para la construcción de una sociedad buena.

A juzgar por el *estilo Puttnam*, negar que pueda haber responsabilidad social en el cine es negar el sentido del arte cinematográfico. Según Alejandro Pardo, del cine de Puttnam se desprenden esos modelos heroicos, en su sentido muy familiar y cercano. El héroe que promueve –algo conscientemente en sus producciones– muestra la victoria en la derrota, como una manera de vencer, cuando todo parece estar perdido. “(...) presenta como arquetipo al hombre corriente, común, a quien se le plantea la disyuntiva entre el comportamiento valeroso o la huida cobarde ante determinadas situaciones que exigen de él un compromiso moral” (p. 162).

Para Lord Puttnam, convertirse en héroe es dar lo mejor de sí mismo. Esa visión *puttnamiana* del héroe demuestra una actitud de sumo respeto por el público, que se debe, como dice Pardo a que “Puttnam defiende una visión optimista y trascendente del ser humano, esperanzada, que facilita además la convivencia pacífica y solidaria. La promoción de estos valores forma parte, en su opinión, de la responsabilidad social del cineasta” (p. 161).

Según esto, Puttnam –parece apuntar Pardo– resulta ser un pro-

ductor optimista, que se contagia del optimismo de sus propias películas. El propio Puttnam declara que él es menos optimista que sus *films*, y piensa que ser optimista forma parte de sus responsabilidades. Ese optimismo es fruto de una mirada genuina sobre la persona humana: “La vida es todo menos simple. Existen muy pocos héroes. La mayoría de nosotros nos movemos en una zona gris, tratando de ser mejores. Por eso las películas que he producido versan sobre personas que luchan por ser mejores y lo consiguen” (p. 158) Y va más allá, desentrañando ese misterio del heroísmo: “La única cosa que hace que la vida merezca la pena –apunta– es mantener delante de los ojos aquellas cuestiones y temas por los que se estaría dispuesto a morir. Si no se está dispuesto a morir por nada, no sé por qué puede merecer la pena vivir”. (pp. 158-159).

Ahora bien, el texto también advierte de los riesgos que comporta una actitud comprometida y responsable, en el sector del cine. Actuar, según el *estilo Puttnam*, tiene un precio. En el ámbito crítico, cuesta, en ocasiones, la mala interpretación, los prejuicios y ciertos encasillamientos, juicios de valor o incomprensiones. Sin embargo, el desinterés por quedar bien públicamente o buscar la rentabilidad económica *a priori* ha protegido, de algún modo, a Puttnam de estos ataques. Los éxitos no son buscados –parecen decir sus películas–. Pero, al final, con una buena

dosis de optimismo y de valor, el éxito llega como consecuencia necesaria. El *para qué* está más allá del éxito en las taquillas, aunque ese éxito también llegue.

La pertinencia de este libro se debe precisamente a la carencia de una conciencia humanística en la profesión de productor. Por eso, Pardo se esfuerza, de algún modo, en redefinir la “grandeza” de este oficio, a partir de una experiencia que lo demuestra y acudiendo a la naturaleza del cine.

Según el propio Puttnam, su cine quiere ser un cine “decente”, según otros, cargado de valores e ilusiones. Pero, pese a la rápida identificación del cine de Puttnam con el cine de valores, del texto se trasluce algo que va más allá de esta creencia. Bien es cierto, como afirma Pardo, que sus películas han tenido y tienen una gran repercusión social. Sin embargo, el cine de Puttnam, como el de maestros como John Ford o Frank Capra, es un cine de *virtudes* y no de valores o ideas abstractas. Por eso, tiene la capacidad de conmovér.

Al menos, así lo muestran los interesantes análisis de las tres películas representativas que escoge Pardo. Se trata de *Carros de fuego* (*Chariots of Fire*, 1981), *Los gritos del silencio* (*The Killing Fields*, 1984) y *La misión* (*The Mission*, 1986). Pardo ilustra ese espíritu comprometido y responsable del productor, abordando el proceso de producción y las interpretaciones más significativas de estas películas.

Así pues, el trabajo de Alejandro Pardo ofrece, como mínimo, la posibilidad de dos miradas sobre el texto: la primera se daría sobre el libro en sí, como conjunto de propuestas reales y exitosas de películas que combinan la responsabilidad social con el éxito comercial; que son fruto de una mentalidad concreta sobre el sentido del cine. Y ésa es la grandeza oculta de la producción cinematográfica de Lord David Puttnam. En síntesis, el núcleo de sus historias –las que llevan el sello Puttnam– está en la confianza en la persona, como ser que es capaz de lo mejor, del heroísmo, contando y por su misma condición humana.

La segunda mirada se da el pensamiento del propio autor. También la postura de Pardo parece esperanzadora con respecto al arte cinematográfico, y en concreto, respecto a la trascendencia del aparente ‘oficio’ gris del productor. Es decir, con el ejemplo del trabajo de Puttnam se concilian, a la vez, el carácter técnico de la producción, la parte más pragmática de esta profesión, con su finalidad humanística. “(...) me duele que las películas de hoy día se vendan con frecuencia como productos incapaces o impotentes de mantener aquellos modelos creativos y éticos que el público tiene derecho a esperar de ellas”, dice David Puttnam (p. 178).

Con el paradigma de Puttnam, ya no cabe la sentencia habitual y engañosa del ‘tenemos que ser comercia-

les y, buscando lo comercial, hacer cine lo mejor posible’. En el caso de David Puttnam, la máxima que vence dice algo bastante distinto: asumiendo la responsabilidad y haciéndolo ‘lo mejor posible’, seguramente seremos comerciales. La actitud actual de la industria persigue los deseos de la audiencia. Pero, en Puttnam, se torna en una sabia (y práctica) actitud: la de la industria activa y responsable que ofrece algo mejor a la audiencia. Quizá la audacia de este libro consista en eso.

Como colofón, se adjuntan extractos de dos conferencias pronunciadas por Puttnam, una en la University of Southern California, en 1988 y otra, en la Universidad de Navarra, en 1999, con motivo de la recepción del premio Brajnovic de la Comunicación. De esta última, entre muchos, merece la pena destacar el siguiente fragmento, como síntesis de las verdaderas dificultades a las que se enfrenta la industria: “Los artistas creativos, y aquéllos que trabajan con ellos, se enfrentan, a mi juicio, a una responsabilidad moral ineludible de asumir riesgos, de inspirar, de plantear preguntas y afirmaciones, así como de entretener” (p. 183). Y ése es el reto.

Ruth GUTIÉRREZ DELGADO
rgutierrez@unav.es

Copyright of *Comunicacion y Sociedad* is the property of Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S.A. and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.