

Entrevista a Bertrand Tavernier

Esteve Riambau

Bertrand Tavernier (Lyon, 1941) es uno de los cineastas contemporáneos más prestigiosos. Hijo del poeta y editor René Tavernier, ejerció de crítico cinematográfico durante los años sesenta antes de debutar como realizador cuando la *Nouvelle Vague* ya había pasado a la historia. Sus primeros largometrajes conjugan varios géneros, pero *L'horloger de Saint Paul* (1974), *Que la fête commence...* (1975) o *Le juge et l'assassin* (1976) ya delatan un interés por el compromiso individual en sociedades conflictivas. Admirador del cine clásico norteamericano, el realizador francés trabajó con actores internacionales en *La mort en direct* (1980) antes de rodar *Coup de torchon* (1981), una original adaptación de *Pop 1280*, la inquietante novela policíaca de Jim Thompson. Su filmografía alterna filmes de ficción con documentales, como *Philippe Soupault et le Surréalisme* (1982), *Mississippi Blues* (1984) o *La guerre sans nom* (1992), que ponen de relieve la diversidad de sus inquietudes culturales y sociales. Fanático del jazz, al que rindió homenaje con *Round Midnight* (1986), también dedicó una especial atención a la Primera Guerra Mundial con *La vie et rien d'autre* (1989) y *Capitaine Conan* (1996), sin renunciar a las implicaciones sociales contemporáneas de *Loi 627* (1992) o *L'appat* (1996), Oso de Oro en el Festival de Berlín. Sus héroes, apasionados y contradictorios, son reflejos de su propia personalidad, también asumida por los inquietos protagonistas de *Ça commence aujourd'hui* (1999) o *Laissez Passer* (2002), un particular homenaje al cine francés ambientado durante la ocupación alemana. Además de realizador prolífico, Tavernier también es presidente del Instituto Lumière de Lyon, escribe libros tan imprescindibles como el diccionario *50 ans de cinéma américain* y es un incansable agitador cultural en la lucha por un cine libre de condicionamientos industriales.

Esteve Riambau (Barcelona, 1955) es profesor titular del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la UAB. Crítico del diario *Avui* y de la revista *Fotogramas*, es autor de numerosos libros sobre historia del cine y coautor del documental *Orson Welles en el país de Don Quijote* (Canal +, 2000). De sus títulos más recientes sobresalen *Orson Welles. Una España inmortal* (1993), *Francis Ford Coppola* (1997), *El cine francés 1958-1998. De la Nouvelle Vague al final de la escapada* (1998; con prólogo de Bertrand Tavernier), *Robert Guédiguian. Grandes ilusiones* (1999) o *Charles Chaplin* (2000). Es autor, en colaboración con Casimiro Torreiro, de *La vida, la muerte. El cine de Bertrand Tavernier* (1992), *Guionistas en el cine español. Quimeras, picarescas y pluriempleo* (1998; Premio Muñoz Suay de la Academia del Cine Español), *Historias, palabras, imágenes. Entrevistas con guionistas del cine español contemporáneo* (1999) y *La Escuela de Barcelona. El cine de la gauche divine* (1999), así como del documental televisivo *La passió possible. L'Escola de Barcelona* (BTV, 2000).

Esteve Riambau (E.R.). No sé si estará de acuerdo que, en los últimos años, el cine ha perdido peso como producto cultural.

Bertrand Tavernier (B.T.). Es cierto y no lo es al mismo tiempo. Es cierto que ha perdido peso cultural ante un determinado público que lo ve como un objeto de consumo, pero, a su vez, no es totalmente así. No hay más que ver el número de festivales cinematográficos que se celebran en

todo el mundo, de coloquios, de retrospectivas... En Estados Unidos se celebran hoy día sesenta o setenta festivales.

E.R. Pero, precisamente por eso, ¿no cree que se trata de circuitos paralelos o alternativos a la exhibición comercial?

B.T. En todo caso, no debería hablarse de una crisis cultural del cine. Es el arte, en conjunto, lo que está en

crisis. Todo lo que pueda decir, desde el énfasis que usted le pone, se podría aplicar al libro, a la música -especialmente la clásica- y a otras disciplinas artísticas. Un autor magnífico, Hans Magnus Etzenberger, ha subrayado con mucha ironía que el dinero que en Alemania se asigna a coloquios o congresos sobre literatura o arte se han multiplicado de una forma extraordinaria. En cambio, se suprimen las delegaciones del Instituto Goethe en el extranjero y ya no se subvencionan las bibliotecas que deberían revivir esta cultura en los barrios de las grandes ciudades. Se construyen palacios de congresos, donde se celebrarán coloquios, se invitará a personalidades y se gastará mucho dinero, pero se escamotean cantidades que son hasta quinientas veces más pequeñas, pero que podrían ayudar a sobrevivir a un pequeño cine de arte y ensayo, un teatro de investigación o una biblioteca. ¿Por qué? Porque los responsables de la cultura quieren ponerla al servicio de su imagen y éste no es el caso de una biblioteca normal y corriente, que apenas arañará un minuto en los informativos televisivos cuando sea inaugurada por el político de turno. En cambio, cualquier coloquio, medalla u homenaje a un autor se lleva toda la atención de televisiones, diarios y fotógrafos. El peligro estriba en la sustitución de un trabajo de altos vuelos en la difusión de la cultura -y aquí incluyo las salas de cine con vocación artística o pedagógica- por una manifestación efímera que da lugar a otra parecida cincuenta kilómetros más allá.

E.R. El tratamiento del cine dentro de los medios de comunicación también ha cambiado. Cada vez se habla más de glamour y del dinero que recaudan que de los valores artísticos de los filmes...

B.T. Éste es otro tema. El dinero y la taquilla, que antes sólo interesaban a las publicaciones corporativas, ahora alcanzan a todos los medios, incluso a las páginas culturales de los diarios. No sé cuál es la situación en España, pero los diarios y seminarios intelectuales franceses publican sistemáticamente las cifras del *box office* y anuncian a los cuatro vientos que este film o este otro ha obtenido tantos millones de dólares durante el primer fin de semana de exhibición en Estados Unidos. Aquí el peligro es doble. Por un lado, la dimisión de una cierta prensa intelectual porque, de hecho, de dinero y glamour siempre se ha hablado. Cuando era adolescente,

la mayoría de los diarios ni siquiera citaban los realizadores de las películas, sólo hablaban de las estrellas. Eso cambió durante una época y cuando Pierre Rissient y yo trabajábamos como *attachés* de prensa hacíamos hincapié en la importancia de los directores. Ahora se produce un retroceso, pero lo más grave es la sumisión al dinero y la taquilla, sobre todo a los filmes procedentes del extranjero. La revista *Cinémond*e difundía, con orgullo, la noticia de que *Fanfan la Tulipe* había obtenido un gran éxito en Francia. Nunca habrían publicado los resultados de taquilla de un film norteamericano durante su primera semana en la cartelera de Estados Unidos. Ahora se da una cierta admiración por América que no sé si procede de los periodistas o de los jefes de redacción, pero, en cualquier caso, resulta imposible leer que un film francés ha tenido un cierto éxito en Japón. En cambio, la recaudación de *Spiderman* sale publicada en todos los sitios.

E.R. Ésta es la mejor publicidad que se puede hacer de una película...

B.T. Exacto. Es su carta de presentación. En los dossiers para la prensa bastaría con indicar su recaudación... Como decía mi amigo André de Toth, estamos sometidos a la ley del billete de banco. Cuando De Toth rodaba sus filmes, el dinero ya era importante, pero nunca era el tema estrella de la prensa. Ahora, los taxistas te hablan del éxito de una película en términos económicos cuando antes comentaban la interpretación de Fernandel. El cine contemporáneo está cautivo de los poderes políticos y los trusts multinacionales, que no son productores ni aman el cine. Sólo quieren comprar el poder. En la época de los grandes estudios, había un consejo de administración que rendía cuentas ante los accionistas, pero ahora todo responde a una cadena de accionistas a quienes el cine no les interesa. Darryl F. Zanuck se arriesgaba con algunos de los filmes que producía para la Fox. Ahora, el poder está en las empresas, como la Coca-Cola, que han sustituido los viejos productores que venían del mundo del espectáculo. El cine que se hace actualmente está dominado por presidentes de bancos.

E.R. AEn España, la venta de videojuegos de Harry Potter y la piedra filosofal superó la recaudación de la película en salas durante las vacaciones navideñas. Los filmes se han

convertido en lujosos anuncios de productos paralelos que todavía son más rentables.

B.T. Eso es cierto en el caso de determinados filmes. Algunos, en Estados Unidos, sólo se producen si luego se pueden vender otros productos. Por suerte, no es el caso de los mejores filmes norteamericanos, como los de los hermanos Coen, de Steven Soderbergh, Martin Scorsese o Robert Altman. Se cuenta una anécdota formidable de Arnold Schwarzenegger, que quería hacer un film ambientado en la Alemania nazi durante la Segunda Guerra Mundial y que no se rodó. Pero no se rodó sólo porque alguien reveló la amistad del actor con Jörg Haider, sino porque sus expectativas de venta de productos derivados eran muy reducidas. Los expertos en marketing dijeron que las cruces gamadas o los casos militares eran difíciles de vender, salvo a algunos grupos de extrema derecha, y que tampoco tenía sentido hacer un parque de atracciones en el que se hiciera pasar a los visitantes por un campo de concentración.

E.R. Durante los años sesenta, la televisión supuso una competencia feroz para el cine. Actualmente viven en una curiosa simbiosis. ¿Qué opina de esta relación?

B.T. Existe una simbiosis, es cierto, que sufre y plantea muchos problemas, pero, al mismo tiempo, ha permitido la realización de muchos filmes definitivamente importantes. Hay que calcular los riesgos y estar al acecho. Las coproducciones hechas por Canal + u otras cadenas francesas han contribuido a dinamizar el cine francés y han permitido rodar películas que habrían sido imposibles en cualquier otro país del mundo. Cuando Channel 4 empezó a ayudar al cine británico, de repente surgieron realizadores muy interesantes, como Mike Leigh, Stephen Frears y Ken Loach. La ayuda de la televisión al cine es positiva, siempre que exista una idea directiva y un cierto amor por el cine en una determinada cadena. En Italia también se intentó aplicar el modelo, pero no funcionó por mucho tiempo porque no había directrices políticas dentro de las cadenas, no había nadie capaz de canalizar el dinero con cierta habilidad. El cine también corre el peligro de acabar bajo la influencia de la televisión. De todos modos, en Francia nos hemos desenvuelto bastante bien, por una razón muy simple: los cineastas franceses son bastante combativos y, en conjunto, no se dejan someter fácilmente. Han sabido

resistir: primero se resistieron a los alemanes durante la ocupación, después a los productores y también, aunque no siempre, a la televisión. A pesar de este peligro, hay que observar la experiencia de aquellos países donde no se aplica esta política.

E.R. Durante los últimos años, el cine español se ha beneficiado extraordinariamente del dinero procedente de las dos plataformas digitales. Tras decretarse su fusión, la producción cinematográfica se ha detenido y está en espera de un veredicto todavía incierto.

B.T. Es cierto que la televisión provoca hábitos de pereza. Cuando tienes asegurada la financiación de una película con un par de cadenas ya no buscas más.

E.R. Por otro lado, esta competencia directa entre dos plataformas encarece artificialmente los costes de producción.

B.T. Es cierto. Siempre he luchado contra esta facilidad. Mis filmes responden a presupuestos muy razonables y existen muchos realizadores más que son capaces de rodar con medios no excesivamente elevados. El problema son las derivaciones. Hay gente que, de golpe y porrazo, ve que montar un film es muy fácil porque sólo hay que llamar a dos o tres puertas. Si llamas fuerte, sales con un cheque en la mano; pero si todas las puertas se cierran en tus narices, hay que buscar otras formas de financiación, hay que luchar contra la vocación de las cadenas públicas o con vocación cultural que están dispuestas a establecer tratos de diez años con los distribuidores de filmes norteamericanos y, en cambio, son incapaces de firmar contratos estables con los productores o distribuidores del propio país. En Francia, Antenne 2 firmó un contrato de quince filmes con el productor norteamericano Arnon Milchan mientras nosotros teníamos que negociar película por película. Deben prohibirse estos macrocontratos que aún dan más poder a los grandes trusts y producen situaciones delirantes. El distribuidor español de *Hoy empieza todo* me dice que no consigue venderlo a la televisión pública, a pesar de que ha vendido un millón de entradas en las salas y ha recibido críticas extraordinarias y premios por doquier. Es increíble que una televisión que debería conservar un componente cultural, de apertura al resto del mundo, no adquiera obligatoriamente los derechos de un cierto número de

filmes descubiertos en los festivales, ya sean de Abbas Kiarostami, Stephen Frears o Edward Yang.

E.R. La televisión es un arma de doble filo. Usted mismo sufrió las consecuencias cuando una cadena pública francesa se negó a emitir su film *L'appat* en horario de *prime time* porque era demasiado violento y, en cambio, iba precisamente destinado a un público juvenil para denunciar la fascinación de la violencia.

B.T. Sí, pero yo gané ese proceso. Querían emitirlo a las once y media de la noche. Luché y fastidié todo lo que pude y al final lo pasaron a las nueve y media. Las asociaciones de realizadores deben luchar en el lugar oportuno y sobre aquellas cosas que hay que cambiar, no sólo en el país correspondiente, sino también a nivel europeo. Los dirigentes políticos de las cadenas detestan este tipo de debates o de complicidades internacionales.

E.R. ¿Qué repercusiones tendrá la crisis de Canal + en Francia y, por extensión, en el resto de Europa?

B.T. Jean-Marie Messier, el presidente de esta cadena de pago, no sólo ha destruido una parte del cine francés con cañonazos de gran calibre, sino que su gestión también ha repercutido sobre el mundo de la edición y dejará tras de sí una verdadera ruina cultural. Messier pertenece a un tipo de personas que creen que son Darryl Zanuck y Walt Disney al mismo tiempo. ¿Por qué? Pues porque conceden doscientas veces más entrevistas al año que esos dos productores históricos durante toda su vida. Creen que son importantes no por lo que hacen, sino porque *Paris Match* publica la su foto mientras patinan sobre hielo ante el Rockefeller Center de Nueva York. Éste es el símbolo de su triunfo y, paradójicamente, éste era, prácticamente, el tema que yo abordé en *L'appat*. Allí no había crímenes de por medio, pero, en todo caso, estamos hablando de gente que cree que el éxito equivale a tener una estilográfica de marca Mont Blanc, aunque ni siquiera sepan escribir su nombre. La historia de Jean-Marie Messier es absolutamente simbólica, es tan caricaturesca que es casi ejemplar. Representa, simultáneamente, la imbecilidad megalómana de la gente que cree que basta con decir que triunfarás en Estados Unidos para conseguirlo y, por otro lado, la ceguera de los políticos enfrentados al enorme escándalo financiero de Crédit Lyonnais o al caso de Giancarlo Parretti

con la compra de Pathé y de Metro Goldwyn Mayer. Siempre es la misma historia, que se repite tanto si gobierna el partido socialista como Jacques Chirac, que subrayaba en todo momento el carácter dinámico de Jean-Marie Messier para facilitar que las empresas francesas penetraran en el mercado norteamericano. El resultado de todo ese fracaso es que empresas como Larrousse o Robert pasen a depender de Estados Unidos con todo el capital de ediciones literarias o musicales francesas que atesoran. Es el precio que habrá que pagar porque este hombre quiso comprar la Universal sin conocer nada de esta empresa. Cada vez que hablaba de ella, no decía más que tonterías: que era el primer estudio de Hollywood, que era uno de los más grandes... Es como un *remake* de *Citizen Kane* pero sin Orson Welles en el papel de protagonista.

E.R. Es por todo ello que yo soy muy pesimista respecto al futuro del cine como producto cultural. Es muy difícil hacer ver a los jóvenes que existen otros modelos cinematográficos aparte del pensamiento único impuesto por Hollywood y la alternativa es cada vez más periférica, desde las trincheras de la resistencia.

B.T. Hay que luchar porque cuando se lucha se consiguen cosas. Admiro los combates que sensibilizan a la gente y ahora disponemos de instrumentos que facilitan este tipo de operaciones. El DVD, por ejemplo, permite mostrar películas que hacía mucho tiempo que no estaban al alcance. La cara cultural del cine sigue existiendo, pero, al mismo tiempo, discurre casi en paralelo a la vertiente cultural del mundo. Desde esta perspectiva, el cine va extraordinariamente bien si se compara con la música clásica.

E.R. Compare, en todo caso, la música clásica con el cine clásico.

B.T. El cine clásico vive una edad dorada con el DVD y, si se suman los espectadores de las salas, de la televisión y del vídeo, los espectadores son muchos más de los que escuchan música clásica. Es una lucha diaria, pero todavía hay que andar un camino muy largo. Hay victorias, cada vez que se edita un título memorable. Todavía estamos muy lejos de una situación ideal, pero se hacen progresos y disponemos de armas para luchar. No es sólo el cine lo que está amenazado. La capitulación es general.

E.R. Estoy de acuerdo en que el cine, como espectáculo, no está en crisis. El problema está en cuáles son los filmes que llegan al gran público.

B.T. Eso siempre ha sido así. En los años treinta, *Le jour se lève*, de Marcel Carné, vendía ciento cincuenta mil entradas menos que cualquier película de Fernandel. John Ford nunca obtuvo el mismo éxito que las comedias de Betty Grable. En cambio, también hay películas de gran éxito y que, además, están muy bien. En otro orden de cosas, Ingmar Bergman dispone hoy de un público cincuenta veces más numeroso que en los años cincuenta. Un filme de Abbas Kiarostami tiene hoy más espectadores que uno de Bergman cuando se estrenó y hay películas de países orientales, que antes ni siquiera existían en el mapa, que ven cientos de miles de espectadores en todo el mundo. Cada país goza actualmente de una serie de proyecciones anuales de filmes mudos acompañados de una orquesta y hay un público que las disfruta. A principios de los años sesenta, ¿quién se habría podido imaginar una plaza de Bolonia con tres mil personas dispuestas a ver un film mudo de John Ford?

E.R. Le veo muy optimista. ¡Ojalá no se equivoque!

B.T. Si se pone voluntad, energía y pasión, se gana; siempre que se dé el poder a la gente que ama el cine y no se dé a los políticos, a los directores de marketing o a los banqueros, que sólo buscan el beneficio inmediato. Quentin Tarantino me explicaba los problemas que tenía con los responsables de los estudios de Hollywood, que pretendían rentabilizar un film durante su primera exhibición. Algunos necesitan un año, pero lo más grave es que este criterio no ha hecho todos los filmes sean más rentables. Algunos fracasan estrepitosamente y los estudios tienen más problemas con esta voluntad de rentabilidad inmediata que cuando apostaban por filmes con beneficios a largo plazo. Creo que hay que encontrar el equilibrio entre un pesimismo activo y un optimismo prudente.

E.R. Yo soy más pesimista activo que optimista prudente.

B.T. Hay que compaginar ambas cosas. Es cierto que la televisión es un problema, pero incluso en Estados Unidos la cadena por cable HBO ha permitido hacer películas extraordinarias. John Frankenheimer, que murió demasiado pronto, pudo hacer su último film, *Password*, que es una

obra maestra, el film político norteamericano más importante de esta década, aparte del panfleto de Michael Moore, (*Bowling for Columbine*, 2002). Son dos horas y cuarenta minutos sin nada más que discusiones políticas y ya se ha emitido diez veces.

E.R. Francis Ford Coppola, en el último Festival de San Sebastián, reiteró que "la película ha muerto, larga vida al cine". ¿Qué opina usted de las nuevas tecnologías? ¿Comparte la idea que, dentro de seis o siete años, todo el cine será digital?

B.T. Desconfío de la gente que hace pronósticos tan drásticos. También se decía que el vídeo sustituiría al cine y, si bien es cierto que progresó, los dos soportes no son incompatibles. He oído a tanta gente predecir la muerte de algo que ya no les escucho. He oído predecir la muerte de la novela más de veinte veces y nunca se habían vendido tanto como ahora. Después del mayo del 68 se anunció la muerte del cine narrativo y ahora goza de mejor salud que la de aquellos que lanzaron esa predicción. Diarios que hoy ya no existen también anunciaron una y otra vez la muerte del cine francés. Quizá la técnica evolucione, no seré tan estúpido de negar el progreso, y se llegue a hacer proyecciones de una calidad extraordinaria, pero, en cualquier caso, se habrá pasado de un soporte a otro. ¿Y qué? ¿Cuál es el problema, siempre que persista la calidad? Será lo mismo que cuando se pasó del blanco y negro al color o de la pantalla normal al Cinemascope. Son cambios tecnológicos que hay que domesticar. El error consiste en pensar que será la tecnología la que nos dictará el contenido de los filmes. A mí me gusta la película cinematográfica, con todos sus defectos: es más viva que el digital. Al mismo tiempo, algunos de mis filmes editados en DVD respetan los colores originales mucho mejor que las copias que circulan en formato cinematográfico. Las cosas deben considerarse caso por caso. En el Festival de Teluride de este año vi una versión de *Singing in the Rain* restaurada en digital y había perdido buena parte de ese placer físico que se experimenta cuando se ve una película. Sobre este tema sigo siendo prudente y estando, al mismo tiempo, muy abierto.

Traducido del catalán por: Marc Alba