

DAVID THOMSON

INSTRUCCIONES  
PARA VER UNA PELÍCULA

## ÍNDICE

1. ¿Nos estamos divirtiendo? .....	11
2. Pantallas .....	23
3. ¿Juntos y a solas? .....	39
4. ¿Mirarla una vez y verla dos? .....	55
5. Ver y mirar .....	73
6. ¿Qué es la información cinemática? .....	91
7. ¿Qué es una toma? .....	111
8. ¿Qué es un corte? ¿Duele? .....	125
9. ¿Qué oyes? .....	147
10. ¿Qué es una historia? ¿Acaso importa? .....	165
11. ¿Quién hace esas películas? .....	181
12. ¿Qué hace un héroe? .....	195
13. ¿Ves el dinero? .....	209
14. El documento y el sueño .....	225
15. ¿Dónde está la pantalla? .....	243
Agradecimientos.....	251
Índice de nombres.....	253

I

¿NOS ESTAMOS DIVIRTIENDO?

Hay quienes creen que los críticos de cine son seres de sangre fría. Mientras el público, en general, espera salir de la sala temblando de miedo, muerto de risa o simplemente radiante de felicidad, el crítico sale a hurtadillas tras la proyección, medio encogido y con una sonrisa ladina en el rostro. Casi como si la película fuera una bomba —o una *bombe*, una explosión artística— y el crítico un agente secreto que la hubiera activado y se recreara en el trabajo bien hecho. Y en el resultado del mismo. El público cree merecer divertirse y algunos piensan que desarticular el mecanismo de esa bomba reduce esa diversión.

Entre estos últimos, afortunadamente, no estás tú. Si así fuera, no estarías sosteniéndome entre las manos o sobre tu regazo, dispuesto a leer un libro sobre cómo ver una película. El hecho de que estés aquí sugiere que percibes que el proceso es lo suficientemente complicado como para merecer un examen. A lo largo de los aproximadamente sesenta primeros años de este medio, el cine se comportó como si el placer fuera su único propósito, pero a lo largo de los últimos sesenta años han surgido nuevas posibilidades. Una es que las películas no sean solo historias de misterio como *El halcón maltés* o *El tercer hombre*, sino también enigmas como *Blow-up* (*Deseo de una mañana de verano*), *Persona*, *Magnolia* o *Amor*, que plantean preguntas como ¿qué está pasando «realmente»?,

¿qué esconden títulos tan crípticos?, y ¿qué se supone que significan esas ranas en *Magnolia*? Y otra cosa: las generaciones de hoy en día consideran que algunas películas deben ser como el placer que uno siente al saborear un helado o al escuchar las canciones de Sondheim: algo que uno no se quita de la cabeza, de modo que verlas (o meterse en ellas) se convierte en un acto tan complejo y memorable, que tal vez se agradezca una guía.

En la década de los sesenta del siglo pasado, cuando la «cinematografía» entró en el mundo académico, se escribieron libros cargados de buenas intenciones que pretendían explicar de forma ilustrada qué era un plano secuencia o un primer plano y «para qué» servían. Dichas normas eran, como mínimo, poco fiables. Parecían haber sido hechas con una disciplina concienzuda y deprimían a cualquiera que se hubiera emocionado con la impulsividad y la imprecisión del verso libre a lo *Bonnie y Clyde* en la gran pantalla. Cito este film porque resulta representativo de la energía de las películas de los sesenta, y su gusto por el peligro y la aventura: agarrados, va a ser un viaje movidito, ¿no nos lo estaremos pasando demasiado bien matando a gente?, ¿se trata de una película de género que retrata la realidad de 1932 o una manera astuta de hablar de 1967?

«Esa» es la experiencia que me interesa abordar: el modo en que una película es y no es real al mismo tiempo; ¿Qué es un plano o qué puede ser? ¿Qué es un corte? ¿Cómo logramos que una película funcione a partir de la información cinemática y la condición de desamparo del *voyeur*? ¿Qué papel juega el sonido? (Aparentemente fortalece el realismo, pero también es capaz de enloquecer el ambiente con música.) La importancia del dinero en las películas (jamás ha habido un arte tan transparente al respecto y tan prisionero del mismo). La sempiterna controversia acerca de quién hizo qué, y el mito conocido como documental: ¿la salvación u otro truco narrativo?

Más allá de todo esto, el tema de este libro es, en definitiva, mirar o prestar atención (lo que implica escuchar, fantasear o ansiar que pase la semana), concibiendo la mirada como una actitud y un compromiso absolutos. Conducir también puede ser divertido y, en su apasionada evolución, se parece a las películas: su movimiento es emocional. Pero el conductor no solo tiene que prestar atención a la conducción, sino también a la carretera, a las luces, al tiempo y a las reacciones imprevistas de otros conductores. De modo que, además de hablar de películas, me detendré a reflexionar sobre la lectura, la manera de contemplar un cuadro, sobre contemplar la naturaleza salvaje en una playa, u observar la naturaleza todavía más salvaje de quienes te rodean y en el gran tema de cómo nos vemos a nosotros mismos en esta vida. El asunto es el siguiente: hace ciento cincuenta años la gente vivía una existencia que remitía a libros, al teatro y a obras dedicadas a velar por la moral de las costumbres. Pero, desde entonces, hemos adquirido este mecanismo visual que imita el modo en que prestamos atención al mundo como un todo. A menudo suplantando la realidad sin referirse a la moral. De modo que miramos, pero también nos miramos a nosotros mismos, mirando.

Piensa en los siguientes ejemplos: existe el verbo «observar» como sinónimo de acatar o como la desapasionada mirada de un testigo. Ves romper las olas en la orilla, ves las flores brotar y marchitarse, ves a tus propios hijos convertirse en personas adultas. Esta observación dura años, en realidad, toda nuestra vida. Y, por más que esa lección se demore en el tiempo, escapa a todo juicio de valor. Y es entonces cuando algo pasa en el espectáculo, una de las olas deja un cuerpo en la arena: ¿se trata de un cadáver o de una sirena? Una persona atractiva recoge la flor que tú estás mirando. Tu hijo hace algo peligroso. Empieza el melodrama de la historia y el cine se aferra al melodrama.

Tiempo atrás, las películas giraban en torno a misterios elementales y atractivos y peripecias. Como «la chica descarriada». ¡Hay tantas películas sobre esa hazaña mítica! En *Las dos tormentas*, Lillian Gish interpreta a una mujer caída en desgracia. ¿La podrán rescatar? En *Amanecer*, Janet Gaynor es una mujer amenazada por un asesino. ¿Podrá salvarse? En *Luces de la ciudad*, el vagabundo pierde a la joven ciega cuando esta recupera la vista. En *Casablanca*, Humphrey Bogart había perdido a Ingrid Bergman pero ella regresa. ¿La podrá recuperar? En *Retorno al pasado*, Robert Mitchum pierde a Jane Greer, pero luego tiene la mala suerte de volver a encontrársela. *Perdida* es la historia de una esposa cuya desaparición lleva al marido a buscar una explicación a ese agujero negro.

Entonces algo cambió en el potencial del mito y las películas se tornaron más profundas. Solo con encontrar a la chica o salvarla ya no se alcanza la felicidad. En *Vértigo*, Jimmy Stewart se enamora de un alma perdida y la pierde, pero aparece su gemela... ¿Será para salvarlo o para destruirlo? En *La aventura*, una mujer desaparece y nosotros la buscamos... hasta que nos olvidamos de esa búsqueda porque aparece otra mujer. En *Persona*, una gran actriz enmudece una noche sobre el escenario... y una enfermera se hace cargo de ella. En *Chinatown*, se desencadena una tragedia cuando rescatan a la joven descarriada. Y luego Luis Buñuel, en *Ese oscuro objeto del deseo*, nos presenta a un hombre que busca a una mujer mágica pero acaba confundido al encontrar dos (¿igual que en *Vértigo*?). Esta es una breve historia de las películas en las que el mensaje no es solo «¿A que son divertidas?», sino «¿Estás mirando con suficiente detenimiento?».

Espero que así sea, porque, en nuestros tiempos, como bien sabes, la despreocupación suele sugerir que quizá eres tú quien está siendo observado.

¡Hay tantas maneras de ver y tantas definiciones de lo que podría ser una película! Puedes observar en calidad de espectador pasivo, neutral o impotente, como una cámara, pero, cuando examinen en detalle el contenido de la grabación, habrá quien diga: «¡Mirad, mirad qué poder tiene la cámara!». En ocasiones, para comprender ese poder tenemos que mirar a alguien mirando.

A estas alturas ya he utilizado algunas palabras que exigen especial atención. Comenzaremos por «diversión». Se da por supuesto que mucha gente todavía va al cine por «diversión», aunque hay quien afirma que la industria del «entretenimiento» se ha esforzado en las últimas décadas en erradicar dicha costumbre. Aunque «entretenimiento» es otra palabra complicada. Se traduce fácilmente como «pasar un buen rato» y, a lo largo de su historia, la industria lo ha descrito como escapismo, descanso, huida de la vida real y de sus problemas sin solución, respiro de noventa minutos: sí, el trajín de la vida diaria puede ser insoportable.

En *Los viajes de Sullivan* (1942), de Preston Sturges, conocemos a un famoso director de Hollywood, John L. Sullivan (Joel McCrea), responsable de éxitos como *Hormigas en los pantalones de 1939*, que vive atormentado: la imagen de la vejación en ese rostro hinchado es uno de los elementos cómicos más atractivos de la película. Quiere ser serio y respetado... y que escriban libros sobre él. Anhela enfrentarse a la vida real y llevar a la pantalla su crudeza, así que se disfraza de vagabundo y se echa a la carretera. Para abreviar, termina condenado a seis años de trabajos forzados en una cadena de presos en el Sur (un castigo duro ahora, pero mucho peor en 1942).

Su vida allí es dura y sin perspectivas, pero un domingo llevan a los presos a una iglesia cercana a ver una película. Ven una comedia de Disney, protagonizada por *Pluto*, y Sully se ríe a carcajadas junto con los demás perdedores y se siente mejor.

Bien, pues Sturges es un gran director y esta película no es sino una sátira de Hollywood y sus ínfulas, así como una comedia deliciosamente urdida. Y, es más, la realizó en una época de tal desesperación para el mundo entero que se valoraba más que nunca el consuelo de la gran pantalla. Sturges hace una llamada de alarma en contra del exceso de solemnidad y de la prepotencia de los cineastas. ¿Por qué negarles unas buenas risas a los benditos y dejar que pasen un buen rato? Me gusta esta actitud (nacé en 1941 y crecí con una extraña nostalgia de la guerra y su difícil ajuste con la felicidad) y sigo manteniendo la esperanza de que puedan existir buenas películas que, sin caer en la estupidez ni en la trampa, logren entretener a casi todo el mundo.

No hay que olvidar que, incluso entre 1940-1945, se rodaron algunas de las mejores y más imperecederas películas: *El bazar de las sorpresas* de Ernst Lubitsch, *Las tres noches de Eva* (otro film de Preston Sturges), *Luna nueva* o *Tener y no tener* de Howard Hawks, *La carta* de William Wyler, *El halcón maltés* de John Huston, *Laura* de Otto Preminger o *Cita en San Luis* de Vincente Minnelli.

Esas películas de Hollywood pueden ser fácilmente calificadas de «entretenimiento» y en su día tuvieron un gran éxito, pero la lista puede incluir también aventuras más arriesgadas vividas en tiempos peligrosos y en otros países como es el caso de *Enrique V* de Laurence Olivier, *Roma, ciudad abierta* de Roberto Rossellini, *Los niños del paraíso* de Marcel Carné, *Coronel Blimp* de Michael Powell y Emeric Pressburger, *Las damas del bosque de Bolonia* de Robert Bresson e incluso *Ciudadano Kane* de Orson Welles. No todas ellas alcanzaron el éxito, ni son fáciles de ver, pero han pasado a la historia como clásicos, porque un número suficiente de espectadores se ha acostumbrado a esperar más que diversión de las películas. Estas también pueden ser arte. Que no espante la palabra: el arte puede ser atractivo e instructivo (otra manera de definir entretenimiento). Y también puede ser divertido.

La palabra «diversión» no se ajusta precisamente a las películas realizadas durante los años de guerra. En 1945, equipos de filmación de los ejércitos inglés y estadounidense entraron en los campos de concentración recién liberados: Bergen-Belsen, Dachau, Buchenwald. Los equipos soviéticos estuvieron en Auschwitz. El metraje rodado en aquellos lugares no tenía nada de divertido, pero es sensato afirmar que todo aquello debía ser visto. El cine tiene ese poder: ver puede ser creer. Bajo la dirección de Sidney Bernstein, de la División de Guerra Psicológica, los británicos ofrecieron un informe filmado que se titularía «Estudio basado en la realidad de los campos de concentración alemanes». Alfred Hitchcock fue uno de los profesionales a los que se les pidió ayuda para este proyecto. El metraje es escalofriante, terrorífico, la constatación de un punto de inflexión en la historia de la humanidad, así como una prueba necesaria. Es peor que todo cuanto jamás hayas visto y absolutamente esencial verlo.

Más tarde, en pleno esfuerzo de recuperación tras la guerra, las autoridades consideraron que la película podía angustiar a los espectadores y minar su fe en el progreso y la reconciliación, así que fue archivada. El material no llegó al gran público hasta 2014, cuando André Singer estrenó *Night Will Fall*, un documental que narra aquella tentativa de 1945. Sigue siendo algo que todos deberíamos ver, mirar y discutir.

Hay situaciones en nuestras vidas en que la manera de ver el mundo puede ser necesaria para que la vida continúe. *Instrucciones para ver una película* es una guía para analizar las películas y divertirse y emocionarse más con ellas. Pero «ver» es una parte constitutiva de la condición de ciudadano, «ver» es ser testigo. Los alemanes normales y corrientes que vivían cerca de los campos de concentración decidieron no «verlos». Una de las escenas más impactantes de *Night Will Fall* es aquella en la que aparecen vecinos alemanes caminando a través del hedor y el horror que domina sus inmediaciones. Si no puedes

ver o no ves, no podrás enterarte de aquello que ocurre y el cine —en todos sus usos— ofrece perspectivas desde las que observar la realidad: la cámara es una máquina, pero tú no.

En la actualidad, una película puede durar solo noventa segundos y podemos verla en las 4:3 pulgadas del ordenador. En este libro voy a proponer que nuestra vieja definición de «película» está prácticamente agotada. Durante décadas compartimos un significado de esa palabra: una película era algo que hacían, anunciaban y proyectaban en el cine local; primero duraba noventa minutos y, más tarde, unas dos horas; contaba una historia según ciertas convenciones que utilizábamos para comprenderla. Pero ahora...

Ahora esas convenciones se han ido al garete y hay mucha gente que no ve una «película» sino que mira una acción, mira imágenes en movimiento, sea la cara de uno de sus amigos en el iPhone, anuncios televisivos, un extraño sueño de veinte segundos que han encontrado en la red o esa entrada decimocava del partido que jugaron los Giants y los Nationals en 2014, que aparenta unidad y narratividad, pero que también resulta ser un caos fragmentado por la publicidad, los gráficos y los análisis a cámara lenta que ofrecen durante la jugada. Todo esto y mucho más cuenta como «película».

Un día discutí con un amigo si la Universidad de Columbia debía conceder un título honorífico a Derek Jeter, ex bateador de los New York Yankees y que se despedía de los campos esa temporada de 2014. Mi amigo defendía que Jeter era un candidato ideal; yo no estaba tan seguro y ya no solo por él sino por la razón de ser misma de los títulos honoríficos. Otro amigo me preguntó en aquel momento si había visto el anuncio de Gatorade que había hecho Jeter. Busqué en YouTube y descubrí una de las obras cinematográficas más artísticas de aquel año.

Se trata de una películita tan pasada de moda como Tyro-ne Power, en blanco y negro y rodada durante un soleado día de verano. La pátina «dorada» de esta filmación sugiere bienestar, alegría y una dicha sin nubes a la vista. A ello se añade un énfasis persistente en la imagen, balanceándose sin cesar de izquierda a derecha en términos de movimiento de cámara, sugiriendo una línea de acción y un héroe con un destino. Se trata de estrategias de las que el cine se ha servido durante cien años, pero algunos espectadores apenas reparan en ellas por sentirse emocionalmente transportados por el *momentum*.

El personaje es Derek Jeter, alto, aún joven, el cráneo afeitado, con una simple camisa sin cuello y una actitud despreocupada y genial. Está en un taxi camino de un partido en el Yankee Stadium, un recorrido que habrá hecho cientos de veces aunque raramente en taxi. De pronto, le pide al conductor que se detenga y le dice que prefiere caminar el resto del trayecto.

No sé cuántas veces habrá hecho ese mismo recorrido Derek a lo largo de su vida, pero estoy seguro de que en sus viajes al estadio no sonaba *My Way* de Frank Sinatra por el aire. La templanza de Sinatra armoniza aquí con la calidez de la imagen y la seguridad de su destino.

Entonces la gente advierte la presencia de Jeter, es famoso en todo el país, todavía más en el Bronx. Sonríe, saluda y habla con sus fans. Debo decir que no tengo motivo alguno para dudar de que Derek Jeter sea un tipo agradable y decente.

Sube el volumen de la canción. Nuestro protagonista entra en el estadio. Se pone el uniforme a rayas. Ya está a punto de salir al campo. Se levanta para tocar la inscripción con el lema de Joe DiMaggio: «Agradezco al buen Dios que hiciera de mí un Yankee». Y luego, visto desde atrás, desde un respetuoso ángulo bajo, ya bajo cielo abierto, en un estadio abarrotado, lo vemos levantar la mano agradeciendo la adoración de los aficionados. Hay un momento en que incluso

saluda a la cámara como si nos dijera: «Sabía que estabais ahí desde el primer momento». Y advertimos —porque así ha ocurrido a lo largo de nuestra vida— que aparece algo más, el logotipo con la *G* de Gatorade a todo color. El homenaje de despedida al mejor de la historia, con cifras que rivalizan con las de Honus Wagner y Cal Ripken, resulta ser en realidad un anuncio publicitario. Y eso nos deja a todos con cara de tontos.

Jeter es un jugador estelar y ha tenido su recompensa: dinero, sin lugar a dudas (su fortuna se estima en 180 millones de dólares), el cariño sincero de sus fans, numerosas victorias, una gran carrera en un gran club y una reputación intachable, algo no tan común entre los atletas de nuestros días. Sin embargo, le dije a mi amigo que supusiera que la publicidad se hubiera rodado en el campus de Columbia, con Jeter aceptando el homenaje del claustro y los estudiantes porque había decidido ir caminando: ¿esto le sumaría o le restaría méritos para ser distinguido con un título honorífico?, ¿el mercantilismo y la exaltación del anuncio no comprometerían el prestigio de esa gran universidad?

Tal vez sea el autor del film quien merezca ser distinguido. Y quizás él, o ella, hayan estudiado cine en Columbia.

Cito esta peliculita porque está muy bien hecha —aunque resulte a fin de cuentas un tanto deprimente— y porque confirma en buena medida mi argumento: para ver bien una película hay que mirarse a uno mismo mirando.

¿Me estoy excediendo acerca de las bondades de este pequeño anuncio? En un suspiro tuvo dos millones de visitas en YouTube y muchos entusiastas lo consideraron fantástico y alentador. ¿Por qué no deberían los New Yorkers y el resto del mundo alegrarse por Derek y su modesto encanto? Si el anuncio te hizo sentir bien cuando lo viste, nada de lo que yo diga va a quitarte esa sensación. Pero la mezcla de la canción de Sinatra (una elegía a la determinación) y la textu-

ra de la imagen me han recordado otra película excepcional. Estoy pensando en la llegada por aire de Adolf Hitler a Nuremberg en el inspirador pero menospreciado documental que Leni Riefenstahl rodó en 1935, *El triunfo de la voluntad*. Si alguien cree que mi asociación resulta disparatada, basta con echarle un vistazo (también está en YouTube). La luz solar, el venerable blanco y negro, el movimiento, la acumulación de música y multitudes y la inquietante docilidad de la imagen pública de esos dioses: sí, sus ingredientes son similares. Y otra cosa: *nosotros* miramos y nos sentimos transportados por ambas filmaciones.

A los cineastas les gusta decir que los noticiarios y los documentales son sagrados o inviolables, pero, en mucho de lo que vemos hoy en día, lo sagrado ha sido impregnado por el mercantilismo, la propaganda, y así la historia también se ha convertido en ficción.