

Any 2009. Programa especial. Suplement del núm. 22

7 desembre 2009 – 31 gener 2010



The Exorcist de William Friedkin

## USA '70

### Una dècada de canvi

*Si, tal com ha escrit Joan Didion, els tractes són la veritable expressió artística de Hollywood, aleshores el mestre d'aquest art és l'especialista en evasió d'impostos.*

(MARIE BRENNER, periodista, 1977)

Entre 1969 i 1980, la indústria cinematogràfica americana va patir més canvis que en qualsevol altre període de la seva història excepte, potser, el de l'arribada del cinema sonor. Els canvis en l'estil i en el contingut de les mateixes pel·lícules, tot i ser d'allò més remarcables, amb prou feines van donar idea de fins a quin punt la manera de concebre-les, produir-les i distribuir-les s'havia de veure alterada, d'una manera estructural i profunda, a mesura que avançava la dècada. Durant aquell període, els beneficis obtinguts per les pel·lícules amb més èxit van passar dels centenars de milers de dòlars als centenars de milions de dòlars. La producció dels estudis va caure en picat a causa d'una programació d'estrenes basada en un grapat de grans èxits (*blockbusters*) en potència, o pel·lícules «esdeveniment», qualsevol de les quals podia fer ingressar uns beneficis imprevistos que farien augmentar ràpidament de valor el seu estoc d'accions a Wall Street, amb l'esperança que la resta de producció cobriria despeses (entre un 25% i un 30%) o fracassaria. Aquesta mentalitat *blockbuster* va incrementar radicalment els riscos que comportava fer cinema i va dur la indústria a cercar estratègies de reducció de riscos l'efecte final de les quals va ser prendre el finançament de la producció de les mans dels estudis. Al principi de la dècada, la major part del capital de producció es derivava dels ingressos esglaonats generats a la taquilla i de línies de crèdit acordades amb els bancs; cap al final, en la seva major part provenien de refugis fiscals (prohibits a tot el país l'any 1976, però que van seguir sent àmpliament disponibles per als inversors estrangers) i de crèdits sobre les taxes d'inversió federals, acords de prevenda amb cadenes de televisió, tant convencional com per cable, avenços garantits pels exhibidors mitjançant pràctiques com la «licitació a cegues», i tractes suplementaris relacionats amb articles de marxandatge com ara llibres, joguines i discos amb la banda sonora. (Els ingressos per llicències per a la comercialització via vídeo, inexistents l'any 1969, sumaven menys de 9 milions de dòlars abans de la resolució del cas de la Universal contra Sony/Betamax, l'octubre de 1979, però ja l'any 1985 la venda de pel·lícules en format videocasset va arribar a donar uns beneficis de 4.550 milions). En el procés, les pel·lícules van esdevenir alhora més grans (eleables a la categoria d'«esdeveniments»), i més petites (reductibles a la mida d'un videocasset de mitja polzada). També havien esdevingut més escabroses, ja que el sistema de classificació de la MPAA va passar a permetre la representació gràfica de sexe i violència que anteriorment el Production Code (Codi de Producció) havia proscribit, i els grans estudis van introduir les pràctiques estilístiques i de màrqueting del cinema sensacionalista al *mainstream*.

L'efecte últim de la síndrome *blockbuster*, i del diner extern que atreia i requeria, va ser un increment generalitzat dels costos industrials, que va causar allò que el veterà analista

de la indústria anomenà «un càncer al negoci». De mitjana, els costos que representen la producció i rodatge d'una pel·lícula van passar dels 2 milions de dòlars l'any 1972 als gairebé 10 milions l'any 1979, un increment del 450% en menys de set anys. A més, fet que resulta encara més esbalaïdor, els pressupostos de màrqueting van excedir per primer cop en la història del cinema els esmentats costos de producció i rodatge, marcant així un canvi de rumb de proporcions sísmiques que va fer que allò que costava promocionar una pel·lícula de fet fos més que el que costava fer-la; en molts casos, el doble. Impulsades per la compra massiva de temps de publicitat a les grans cadenes televisives, les campanyes publicitàries van passar de ser locals a ser nacionals, i els distribuïdors es van passar al *fourwalling* (pràctica consistent a llogar un cinema, inclòs el personal, per un preu fix, i encarregar-se un mateix de la publicitat per tal de poder endur-se la totalitat dels beneficis) i les tàctiques de lloguer massiu de sales (*saturation booking*) amb l'objectiu d'augmentar la percepció del producte i maximitzar el públic disponible. A finals dels setanta, els executius de les àrees de màrqueting i distribució eren amos i senyors de les polítiques de producció dels estudis, i fins i tot eren advocats i agents (procedents d'agències com ara ICM [International Creative Management], que es va encarregar de les negociacions de JAWS, i CAA [Creative Artists Agency], fundada per Michael Ovitz l'any 1975), els que dominaven la feina del personal creatiu a l'hora de crear la imatge de producte. Els projectes se seleccionaven segons el seu potencial pel que fa al màrqueting, l'atractiu demogràfic i la capacitat de vorejar riscos, en comptes de fer-se pels seus mèrits intrínsecs pel que fa a l'entreteniment o, encara menys, a l'observació social o les qualitats artístiques. Així, les pel·lícules es construïen per tal de complaure grups de sondeig, tal com es feia amb el menjar ràpid i amb altres productes nous. Durant l'era dels estudis, en canvi, el màrqueting no era un element determinant, a causa de l'hegemonia de mercat, trencada pels acords homologats de l'any 1948, implícita en el control de la distribució per part dels grans estudis).

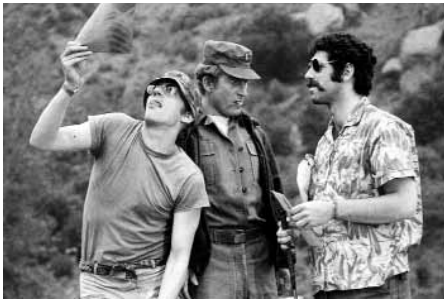
L'adopció per part de la indústria del finançament extern va succeir de manera simultània a una diversificació creixent. Com a resultat directe de la sobreproducció i de la crisi de públic sofertes durant els anys seixanta, cap al final de la dècada, tots els estudis excepte 20th Century Fox, Columbia i Disney havien estat adquirits per conglomerats. (Tot i això, ja l'any 1954 tant Columbia com Disney s'havien diversificat pel seu compte tot introduint-se en el camp de la producció televisiva. Encara més, Disney fou una pionera industrial en mercats secundaris com ara els parcs temàtics i els productes de marxandatge). Començant per l'adquisició d'Universal per part de MCA l'any 1962 i continuant amb la venda de Paramount a Gulf & Western Industries l'any 1966, la de United Artists a Transamerica Corporation l'any 1967, la de Warner Bros a Kinney National Service Corporation i la de MGM al financer de Las Vegas Kirk Kerkorian l'any 1969, els estudis van ser absorbits un per un per companyies més grans i més diversificades per a les quals representaven una bona inversió gràcies a la devaluació temporal de les seves accions i al fet que pos-



Lenny de Bob Fosse

seien extensions enormes de propietats immobiliàries en un dels mercats més lucratius del país. (Es va entendre, a més, que, amb una administració adequada, la producció cinematogràfica oferia l'oportunitat d'obtenir grans beneficis amb una inversió modesta, i que els negatius ja en poder dels estudis, és a dir, les seves cinemateques, oferien un potencial immens en vendes a la televisió). Durant els setanta, la diversificació va créixer a mesura que els estudis es convertien en els principals proveïdors de programació per a les grans cadenes de televisió i estenien les activitats cap a negocis relacionats com ara la manufactura d'equipaments per a la filmació (Warners/Panavision) o per a la gravació (Columbia/Arista), els parcs temàtics (Disneyworld, la visita als estudis Universal) o el turisme (MGM va obrir el Gran Hotel i Casino MGM; Fox va comprar [i més tard va vendre] el centre d'esquí d'Aspen i el complex turístic de Pebble Beach). El fet de pertànyer a un conglomerat oferia els avantatges d'una «sinergia» segons la qual components diversos d'una mateixa companyia (com ara la producció cinematogràfica, l'edició, la gravació i la producció de marxandatge) podien comercialitzar un mateix producte o «franquícia» (per exemple, STAR WARS) d'una manera mútuament beneficiosa, tot proporcionant els avantatges de la disposició de líquid d'una àrea a una altra i d'un país a un altre de manera que les pèrdues en un dels negocis es podien compensar amb els guanys de l'altre; una manera molt eficient de reduir riscos.

Tot assegurant un flux continu de capital de producció mitjançant la diversificació del risc, els conglomerats van treure la indústria d'una profunda recessió, que als grans estudis els havia causat pèrdues estimades en 600 milions de dòlars entre 1969 i 1971, i que, als voltants de l'any 1970, havia deixat a l'atur el 40% dels cineastes de Hollywood. Sota una nova direcció, els mateixos estudis van declarar beneficis de 173 milions de dòlars els anys 1972-1973, gràcies en gran part a l'èxit d'uns quants *blockbusters* amb un gran desplegament de màrqueting darrer. (De fet, cap a finals dels setanta, 220 pel·lícules van guanyar més de 10 milions de dòlars cadascuna en concepte de lloguer, i moltes altres, més que això, cosa que representa un augment del 400% respecte dels anys seixanta). No obstant això, tot plegat va significar que els vells dirigents de la indústria havien estat reemplaçats per una barreja d'agents, advocats, banquers i executius que primàriament veien la producció cinematogràfica com una estratègia d'inversió, no gaire diferent de la comercialització de qualsevol altre producte,



M.A.S.H de Robert Altman

que combinava el perill de l'especulació d'alt risc amb un potencial de desgravació sobre l'impost de la renda per societats gairebé il·limitat. Era inevitable que aquesta nova perspectiva, juntament amb un dràstic augment de costos, acabés remodelant la indústria i canviant la seva actitud respecte del producte en aspectes fonamentals.

Gairebé des del seu naixement, la indústria cinematogràfica americana s'havia caracteritzat per l'ordenada cerca de beneficis personificada pel sistema d'estudis de Hollywood, que va dominar el període 1927-1952, i que va exercir bastant poder en els quinze anys immediatament anteriors i posteriors. En la seva versió clàssica, aquest sistema controlava la producció de principi a fi, amb una nòmina d'estrelles i personal de producció sota contractes de llarga durada, i retenia tots els beneficis derivats de la producció cinematogràfica. Històricament, aquests beneficis depenien del fet de poder proveir el públic d'una manera regular amb entreteniment d'alta qualitat (pel·lícules de sèrie A) abraçant tot un seguit de gèneres i categories segons pressupost, sempre dirigit a un públic general i, a partir de l'any 1934, tallat d'acord amb les normes del Production Code. Les pel·lícules de sèrie B (films de pressupost baix o mitjà produïts tant pels grans estudis com pels estudis més petits especialitzats en aquest tipus de cinema, coneguts a l'època amb el nom genèric de *Poverty Row* [Carreter de la Pobresa], amb l'objectiu de completar els programes dobles) i el cinema *exploitation* (pel·lícules de pressupost extremament baix dirigides als mercats ètnics i a les sales *grindhouse*) existien als marges del sistema, i sovint es distribuïen mitjançant acords alternatius permesos per les lleis de cada estat i es llogaven als exhibidors amb tarifes fixes i particularment baixes.

Això no obstant, els acords homologats de 1948 i dues dècades de pel·lícules enormement cares van dur a una reconfiguració del sistema que va culminar en la «Recessió de 1969» i les compres d'empreses per part dels seus executius. Aquesta convulsió, combinada amb els canvis en la composició demogràfica del públic i amb la substitució del Production Code pel sistema de classificació de la MPAA, va dur els grans estudis a adoptar les pràctiques típiques del cinema *exploitation*, tot elevat gèneres prèviament considerats de sèrie B com ara la ciència-ficció i el terror a la categoria de pel·lícules de sèrie A, posant al dia el «cinema racial» com a *blaxploitation* i competint amb la indústria pornogràfica per una part del mercat *exploitation*. Es va importar la sang i fetge a l'estil del cinema *grindhouse* a gèneres en un principi tan convencionals com el *western* i les pel·lícules de gàngsters, i el llenguatge groller es va convertir en obligatori en tots els gèneres excepte en aquells orientats al públic familiar (categories G i GP). Cap a l'any 1974, les seqüeles i les sèries, pal de paller de la producció cinematogràfica de sèrie B durant l'era dels estudis, van sorgir com una estratègia vital de reducció de riscos per als grans estudis, que, des d'aleshores, han dedicat aproximadament el 10% dels seus recursos a aquestes categories. (De fet, les reestrenes de material antic, les seqüeles i les sèries van sumar el 17,6% de totes les estrenes de Hollywood entre els anys 1974 i 1978). Finalment, amb l'estrena per part d'Universal de *JAWS* (Steven Spielberg, 1975), els grans estudis van fer seva una tàctica de distribució clàssica en el camp del cinema *exploitation* coneguda com a *saturation booking*, és a dir, l'estrena simultània d'una pel·lícula en un gran nombre de sales, acompanyada d'una intensa campanya de publicitat amb el propòsit bàsic de generar beneficis ràpidament abans que les males crítiques i el boca-orella no acabessin amb la pel·lícula, i la van adaptar, tot convertint-la en la manera habitual d'estrenar *blockbusters* o pel·lícules «esdeveniment». Per molts diners i professionalitat que s'empressin en la seva producció, els *blockbusters* a l'estil dels anys setanta van esdevenir essencialment *exploitation* quan es van enquadrar en

un patró d'estrena massiva. Tal com Stuart Byron va comentar en el seu moment: «Gairebé per definició, una pel·lícula que s'estrena a tot arreu a l'hora és una pel·lícula *exploitation*.»

Aquests canvis d'estratègia van rebre un impuls addicional a causa de dos canvis més de la indústria cinematogràfica americana: la transformació del sector dels exhibidors i l'arribada de les gravadores de vídeo domèstiques. Durant l'era dels estudis, l'exhibició es controlava mitjançant un sistema de distribució «estrena-zona-retirada» que dividia el país en trenta mercats diferents subdividits en zones. Dins de cada zona, les sales es classificaven com d'estrena (cinemes urbans, habitualment propietat dels grans estudis), de reestrena (cinemes «de barri») i d'exhibició posterior, d'acord amb un escalat de preus a taquilla, amb períodes de «retirada» entre l'exhibició en cada tipus de sala per tal de maximitzar els beneficis. Mentre el període de declivi de públic que comprèn els vint-i-cinc anys que van del 1946 al 1971 va reduir moltes sales de reestrena a la categoria més baixa, la pujada dels costos de producció, publicitat i promoció durant els anys setanta va fer que els distribuïdors llancessin les pel·lícules d'una manera molt més àmplia que no pas la que preveia el model antic. Al seu torn, això va causar un augment del nombre de sales de les dues categories clau i va mantenir les pel·lícules més importants al nivell d'estrena o reestrena durant períodes més llargs, durant els quals els preus a taquilla es podien, a més, mantenir més alts. El resultat va ser un creixement continuat dels beneficis del 7,7% anual al llarg de la dècada (mentre que la venda d'entrades durant el mateix període només va créixer un 2,1%, fins als 1.180 milions de dòlars), amb un boom subseqüent en la construcció de multisales en àrees suburbanes, anomenades «minimúltiples», on es podia cobrar un preu més alt per estrenes en diverses sales de capacitats compreses entre les 100 i les 200 butaques, en contraposició amb les antigues sales d'estrena, de capacitats superiors a les 1.000 butaques. (La majoria de complexos multisales se situaven en centres comercials, que experimentaren un creixement del 90% entre 1970 a 1980). El desembre de l'any 1980, la revista *Variety* va estimar que entre el 55% i el 60% de totes les sales d'Amèrica tenien categoria d'estrena, i que la quantitat de pantalles en sala havia augmentat de les 10.335 de l'any 1971 a les 14.029 (amb una lleugera davallada del nombre de pantalles en *drive-ins*, o cinemes a l'aire lliure, de les 3.770 a les 3.561), tot i haver-se produït un descens en la capacitat global d'aproximadament un milió de butaques.

Les empreses de material electrònic van perfeccionar els sistemes basats en cintes de vídeo d'escaneig helicoidal, base de les gravadores de vídeo domèstiques, durant els anys seixanta. Ja l'any 1970, Peter Guber, aleshores vicepresident encarregat de la producció de Columbia Pictures, havia publicat un detallat estudi tècnic en què predeia el potencial «sense límits» del VCR, i el president de Gulf & Western, Charles Bluhdorn, va dir a la revista *Life*: «Les pel·lícules en cintes que es podran veure a casa obriran un mercat de grans proporcions.» La gravadora de vídeo de mitja polzada, presentada als consumidors americans per Cartrivision Television, Inc. l'any 1972, no va tenir èxit fins a l'arribada de la Sony Betamax (SL-7300), l'immediat èxit de la qual a principis de 1976 va esperonar JVC (Japanese Victor Corp., majoritàriament en mans de Matsushita Electric, però gestionada independentment) a introduir mesos després el seu propi format, el VHS. Inicialment, Sony va promoció el Betamax en base a la seva capacitat per «canviar el temps» (tot gravant els programes de la TV per tal de poder veure'ls més tard), però, en sentir amenaçats els seus beneficis, Universal i Disney van denunciar Sony el novembre de l'any 1976 per violació de drets d'autor. Mentre el cas seguia el seu curs als jutjats, la resistència de la indústria cinematogràfica cap a la nova tecnologia va anar desapareixent i el vídeo va acabar sent considerat un vast mercat nou per als productes de Hollywood. L'any 1977, la Fox va arribar a un acord històric amb l'empresa Magnetic Video de Farmington Hills, Michigan, propietat d'Andre Blay, per la cessió no exclusiva dels drets per vídeo de cinquanta pel·lícules anteriors a 1972, i, l'any següent, Allied Artists va llicenciar cent títols per a la seva distribució en cinta de vídeo. L'octubre de 1979, el cas de la Universal contra Sony es va resoldre en favor del demandat, les vendes de gravadores de vídeo als EUA van sobrepassar el milió d'aparells i Warner Bros va fundar Warner Home Video. Cap a l'any 1981, s'havien venut tres milions d'aparells de gravació de vídeo (dos terços dels quals eren del format

VHS), tots els grans estudis de Hollywood tenien les seves divisions de vídeo pròpies i el canvi històric gairebé s'havia completat.

A principis dels anys setanta, el cinema era principalment una experiència col·lectiva, una cosa que se solia veure en pantalles grans i envoltat d'una munió de gent en sales especialment dissenyades a aquest efecte. Cap a finals de la dècada, s'havia convertit, a més, en una cosa que hom es podia endur a casa en una bossa de la compra o a la cartera. Moltes de les pel·lícules realitzades en aquest període van aconseguir l'estatus d'«esdeveniments» o de «franquícies» que es comercialitzaven tan nacionalment com internacionalment a través de tots els mitjans de comunicació imaginables, però, sobretot, de la televisió. Els costos d'aquests *blockbusters* van esdevenir tan exorbitants que cap estudi es podia permetre produir-ne gaires i, a finals de la dècada, el destí de tot un estudi podia dependre exclusivament de l'èxit o el fracàs d'una sola pel·lícula.

David A. Cook (History of The American Cinema. Lost Illusions: American Cinema in the Shadow of Watergate and Vietnam, 1970-1979, University of California Press, 2000) ▶

## ▶ El New Hollywood, l'última època daurada del cinema nord-americà

El *New Hollywood*—o el Hollywood postclàssic—és un terme que fa referència al breu espai de temps que va, a grans trets, des de *BONNIE AND CLYDE* i *THE GRADUATE* (ambdues de l'any 1967) fins a *ONE FROM THE HEART* (1982), quinze anys durant els quals va sorgir, es va desenvolupar i es va destruir una generació de cineastes que van canviar dràsticament la indústria de Hollywood, tant en la manera com es realitzaven i comercialitzaven els seus productes (pel·lícules) com en el seu concepte. S'ha de puntualitzar que aquells cineastes, indirectament, formaven part de l'*studio system*, i depenien de les *majors* per al finançament i la distribució de les seves pel·lícules, raó per la qual majoritàriament no eren independents, tot i que alguns sí que ho van ser als seus inicis. Sabien que sense el recolzament financer en la producció i sense el paraigües protector de la distribució i l'exhibició, les seves pel·lícules no eren res. No haurien existit, encara que només fos perquè ningú les hau-



Annie Hall de Woody Allen

ria vist. Hi havia circuits alternatius marginals, però ells volien introduir-se en els majoritaris.

El *New Hollywood* representa indubtablement l'última edat d'or del cinema nord-americà, un autèntic renaixement des de les cendres encara tèbies quan es trobava en una fase gairebé de mort irreversible. Les seves pel·lícules constitueixen un interessant farcell de dures crítiques contra les conseqüències de la política de l'*establishment*, amb històries que habitualment ja no tenen un final feliç, protagonitzades per herois que ja no són invencibles, sinó per gent normal i corrent, fins i tot perdorers identificables fàcilment per qualsevol espectador, i no pas exclusivament nord-americà. El *New Hollywood* va obligar a emprendre una redefinició dels paràmetres que regien aquell vell Hollywood ferit de mort. Va qüestionar el fet que els gèneres fossin intocables, tot apropant els espectadors joves, fins aleshores confinats a productes d'entreteniment de sèrie B en circuits marginals i *drive-ins cinemas* (cinemes a l'aire lliure), a films adults que els oferien temes que coneixien, una assignatura aleshores pendent, ja que a finals dels seixanta i principis dels setanta, en uns moments en què l'assistència als cinemes es trobava en els seus moments més baixos, gairebé el 75% dels espectadors potencials tenien menys de trenta anys. Va definir un nou *star system* que va culminar potenciant el rol d'agents i advocats per tal de trobar un altre tipus de relacions entre els assalariats i la indústria en aquells moments de canvi de la

proprietat. El *New Hollywood* va representar una autèntica revolució, tot i que curiosament controlada, que no va rene- gar del sistema, sinó que va provocar una interacció entre les seves idees innovadores i les idees conservadores dels estudis. Els seus artífexs, directors, actors, actrius, produc- tors, guionistes o tècnics, i, com a conseqüència lògica, les seves pel·lícules, són els protagonistes d'aquest llibre. Però també tenen dret a ser-ho, i ho són, aquells que mai no van entrar en aquell moviment renovador perquè el Holly- wood de sempre va continuar girant d'una manera més o menys autònoma durant aquelles gairebé dues dècades en què allò que era nou i allò que era vell van anar agerman- ant-se fins a assolir una fusió gairebé total. Per bé i per mal. Per això, i si considerem les seves conseqüències, el *New Hollywood* va sorgir d'aquella lluita entre allò vell i allò nou, entre conservadors i visionaris, entre idealistes i vells mercaders... anys de lluita que van donar pas a un nou ordre. D'aquella confrontació, en va sorgir un Holly- wood nou, diferent i, fins a cert punt, contradictori dins la lò- gica del sistema.

### Retrat robot del director del *New Hollywood*

Van arribar a Hollywood des de diferents parts del país, tot i que van predominar els procedents de la Costa Est, gairebé tots amb coneixements teòrics i pràctics adquirits en Esco- les de Cinema (Scorsese, Coppola, Lucas, De Palma, Mi- lius, Cimino, Carpenter, Schrader...), a la televisió (Penn, Altman) o en la pràctica de la sèrie B (com ara sota la tutela de Roger Corman) o de la mateixa indústria de la sèrie A (Ashby). Alguns procedien del sector de la crítica (Bogdanovich) i a tots els unia un coneixement exhaustiu del cinema clàssic. Gairebé tots combregaven amb les idees de la teo- ria dels autors importada als Estats Units per Andrew Sar- ris, tot i que la relativitzaven a l'hora d'aplicar-les a la in- dústria de Hollywood. Eren uns intel·lectuals. El director seria efectivament l'estrella, com afirmava el llibre d'entre- vistes i retrats de directors de Joseph Gelmis, però Holly- wood era Hollywood i Europa era Europa. Alguns adoraven el cinema *underground* de la dècada anterior, que els havia fet descobrir l'anquilosament del cinema comercial i també que es podien trencar motlles amb quatre rals, tot alterant els sistemes de producció igual que a França o a Gran Bre- tanya. Per això, ideològicament estaven més a prop de la contracultura que de la societat convencional, potser per- què eren joves (molt pocs havien nascut abans de la Segona Guerra Mundial) i, per això mateix, sabien connectar més fàcilment amb allò que volien els espectadors de la seva generació, que no era precisament el cinema que els obligava a veure Hollywood. Després d'alguns èxits ines- perats, gràcies a uns productors independents arriscats que se l'havien jugada, els estudis van començar a veure en aquells joves, tant directors com guionistes, actors, actrius o productors, una nova força de xoc que els permetria obrir de nou els mercats que havien perdut.

En general, estaven influenciats pel cinema d'altres països, especialment pel *free cinema* i la *nouvelle vague* —però també per Sergio Leone, Antonioni o Kurosawa—, i, gràcies a la inevitable apertura de la censura de 1968 (quan va desaparèixer el Production Code, substituït pel més racional tot i que trampós Sistema de Qualificació), van anar apor- tant a les seves pel·lícules una llibertat creativa gairebé total, i no solament en l'aspecte eròtic o violent, tal com se'ls retreia, (tot i que aquests dos punts fossin importants com a reclam) sinó en idees que abans es perseguïen i que eren extrems de la contracultura, com ara la llibertat sexual o la cultura de la droga, però també la llibertat de l'ésser humà per escollir el seu destí en contra d'una societat repressiva. Un símptoma esperançador sobre les possibilitats del canvi es va manifestar quan, l'any 1969, MIDNIGHT COWBOY es va convertir en el primer film classificat X que va guanyar l'Oscar a la millor pel·lícula, o quan, aquell mateix any, BOB & CAROL & TED & ALICE va escandalitzar la societat hipò- crita tot mostrant els efectes que sobre la generació més gran de trenta anys estava tenint la revolució social que s'estava gestant marginalment. El gran èxit d'EASY RIDER, que mostrava una Amèrica cruel i desconeguda al cinema, va donar l'empenta definitiva a aquell canvi. Va ser un any clau. Igual que els seus col·legues francesos, els joves cine- astes es caracteritzaven per la seva excepcional passió pel cinema i la seva principal preocupació era aconseguir la lli- bertat total. Aquesta veneració va arribar a extrems impen- sables: Robert Benton i David Newman van cercar l'opinió de Godard i Truffaut abans de donar per bo el seu guió de BONNIE AND CLYDE.

De manera similar a la dels seus col·legues europeus, van abaratir les produccions mitjançant el descobriment de no- ves estrelles i, sobretot, pel fet de rodar en exteriors, amb la qual cosa van assolir un sorprenent realisme, tot alterant els conceptes consolidats de l'estètica cinematogràfica. Es pot parlar d'una estètica comuna al *New Hollywood*? Re- sultaria massa simplista, però les pel·lícules van deixar de ser boniques i van passar a semblar reals, un canvi que es va accelerar amb la irrupció de les noves tecnologies que els joves van anar incorporant a l'elaboració de les seves pel·lí- cules sota la batuta del visionari Coppola o del més racional Kubrick. El so directe va recuperar la seva importància com a efecte dramàtic, i el canvi radical de les bandes sonores, en les quals el rock substituïa amb avantatge els composi- tors clàssics (tot i que Kubrick trenqués com sempre les nor- mes) va obrir les possibilitats de la distribució de la música del cinema a altres camps. Les imposicions de l'edat, els nous temps i la inconcebible aparició de constants noves tecnologies van accelerar la jubilació gairebé massiva dels directors gloriosos de l'*studio system* que encara treballa- ven i que no van poder adaptar-se, essent substituïts per aquells joves que parlaven de coses que ells no entenien amb un llenguatge que ells mai no podrien utilitzar.

La lògica de la rendibilitat (relació cost-benefici) va propi- ciar el relleu generacional, i, tot i que els estudis fossin reti- cents a l'hora de reconèixer-ho, els cineastes es van con- vertir en autors, en directors-artistes, gràcies a l'estat d'o- pinió creat per les revistes especialitzades (*Film Quarterly*, *Film in Review*, *Cahiers du Cinéma* en anglès, *Films and Fil- ming*, *Sight & Sound*, etc.), amb les quals fins i tot alguns di-



*Easy Rider* de Dennis Hopper

rectors col·laboraven habitualment. Als estudis, els va anar molt bé diversificar el risc econòmic invertint en aquells jo- ves, que, fins i tot assumint més funcions de les habituals, els treien del damunt les responsabilitats de la producció i es conformaven amb salaris més baixos, tot i exigir partici- pacions en els beneficis i llibertat creativa, dues condicions fàcils d'adulterar o de negociar. Era una alternativa prome- tedora i, més que res, barata. A Europa el director era indis- cutiblement l'autor, però a Hollywood el director podia ser, com a molt, el responsable de la pel·lícula, sempre que s'entengués amb el productor (ja fos independent o l'exe- cutiu escollit per la *major*).

### La política dels autors *made in USA*

Que el director passés a ser considerat com una estrella va ser causa de la coherència empresarial de la indústria, que associava la condició d'estrella amb la rendibilitat, però també a la influència d'intel·lectuals que havien fet seves les idees de la *politique des auteurs* de *Cahiers du Cinéma*. Si per als estudiosos buscar l'autor d'una pel·lícula era una tasca apassionant que podia elevar l'estatus del cinema tot equiparant-lo a altres disciplines artístiques, per als estu- dis no deixava de ser un important factor de venda. La teo- ria va començar tímidament i es va anar establint amb el temps fins a arribar a resultats delirants quan es va comen- çar a considerar com a autor qualsevol artesà que hagués posat el seu ofici cegament tot seguint els dictats dels seus superiors jeràrquics. Però en aquell moment va ser un canvi important que va augmentar l'estima d'alguns estudis per gent que poc abans tenia per simples tècnics. Un article molt hàbil d'Andrew Sarris a *Film Culture* (publicat l'any 1962) delimitava amb molt de compte, per tal de no ferir susceptibilitats, les funcions del director i del productor per demostrar que no era incompatible l'autoria amb les finali- tats de la indústria. Sarris (juntament amb Peter Bogdanovich) va destacar les diferències entre el cinema nord-ame- ricà i el francès, sabent tots dos que, tot i que a Europa les pel·lícules podien atribuir-se a un sol home, als Estats Units sempre dependrien d'un col·lectiu. La qüestió és que, tot i que semblava increïble, gairebé per primer cop (són escassos els assajos nord-americans anteriors), historiadors nord-

americans es van plantejar supòsits teòrics per analitzar el seu cinema, i les revistes especialitzades de teoria cinema- togràfica, *Films Quarterly* i *Film Comment*, s'apilaven junta- ment amb les de la indústria, *Variety* i *Hollywood Reporter*, a les sales d'espera dels estudis. Tal com va escriure An- drew Sarris al llibre de Staples (publicat l'any 1973): «Les pel·lícules, noves i velles, s'estudien i s'analitzen més àvi- dament i més sovint que mai. En un sol any es publiquen ara més estudis erudits de cinema que els que es van publicar en qualsevol de les dècades del període de 1920 a 1960», tot assenyalant que «el canvi no és només quantitatiu, sinó també qualitatiu. A les crítiques de cinema, fins i tot a les més rutinàries, és vàlid observar avui una perspectiva his- tòrica i una inquietud filosòfica que no eren habituals en el passat. I també una controvèrsia més vehemement». Allò que resulta més interessant de la interpretació de Sarris de la teoria dels autors és el seu pragmatisme i la seva absència total d'intenció de radicalitzar-la: «Lamentablement, les funcions del director varien tant d'una pel·lícula a una altra, i d'un director a un altre, que sorgeix inevitablement una certa confusió quant a la contribució precisa del director X a la pel·lícula Y». D'altra banda, l'assagista donava un cop de mà a la indústria tot assenyalant la imprecisió d'agru- par les pel·lícules en dos camps totalment diferenciats i an- tagònics, les d'art i les comercials, ja que en tots dos hi pot haver pel·lícules bones i dolentes i «cada cop més s'inter- secciona l'art amb el comerç, (...) les pel·lícules d'art han de produir diners i les comercials han de dir alguna cosa». La discussió entre allò que és artístic i allò que és comercial es va començar a tancar quan Peter Bogdanovich va ser el primer crític a convertir-se en director, tot assolint, a més, un enorme èxit de taquilla amb THE LAST PICTURE SHOW.

### No només el director va ser l'estrella

Seria injust atribuir únicament als directors la creació i con- solidació del *New Hollywood*. Si el cinema és un fet col·lec- tiu, és necessari tenir-ho en compte a l'hora de distribuir en- certs i errors. En el cas del *New Hollywood*, en un pla d'es- tricta igualtat o fins i tot de superioritat, que varia a cada pel·lícula, cal situar els productors, primer els indepen- dents i després els executius de les *majors* de mentalitat oberta que es van saltar les regles, que van entendre que el cinema havia de canviar i que era millor fer-ho des de dins, des de l'organització ja consolidada del gran estudi. Són gent com ara Robert Evans (durant els anys que va ser cap d'estudi de la Paramount i després com a independent), Ju- lia Phillips (la productora de TAXI DRIVER i de CLOSE EN- COUNTERS OF THE THIRD KIND) o Fred Roos (que va pro- duir gran part de les pel·lícules de Coppola), a més, lògica- ment, de Roger Corman, pare professional de molts autors. El nou concepte del cinema de Hollywood va requerir actors i actrius que canviessin l'estil interpretatiu de vegades afectat de les velles glòries, assimilats per les noves estre- lles, que l'havien heretat. Realisme i naturalitat eren dos atributs interpretatius habituals en aquells que provenien del teatre i de la televisió, que, en molts casos, havien fet seves, personalitzant-les, les teories del Mètode, i que sa- bien que el *glamour* d'abans ja no seria l'atractiu primordial d'una estrella per connectar amb el gran públic. D'aquí ve- nen els diàlegs tan propers als de la gent del carrer que reci- taven a les seves pel·lícules, i que inclouen paraules no ap- tes per a oïdes exquisides. Per tal d'interpretar criatures de carn i ossos com les que proposaven aquelles històries tan properes a la realitat, calien intèrprets físicament creïbles que actuessin igual que la gent real i guionistes que fugis- sin dels estereotips i possessin (o adaptessin) vivències prò- pies o alienes, però reals. Moltes vegades eren els matei- xos intèrprets, qui acabava reescrivint-les a la mesura de les seves possibilitats. L'autenticitat va esdevenir impres- cindible.

Va sorgir la figura del cineasta complet; en alguns casos, actor, guionista i productor, tot de cop: Paul Newman, Ro- bert Redford, Woody Allen, Jack Nicholson o Dennis Hop- per. O també la de l'escriptor que més tard es dedicaria a la direcció (Robert Towne, John Milius o Paul Schrader) i la de l'actor productor (Warren Beatty), així com infinitat de va- rians. Van aparèixer cineastes inclassificables, rebels con- tra tot (Terrence Malick), i alguns directors més exigents vo- lien filmar els seus propis guions, sols o en companyia (Alt- man, Allen, Mazursky). Hi va haver grups d'actors que van fundar productores independents (Eastwood, Streisand, McQueen, Newman, etc.) per tal de poder fer les pel·lícules que volien, sempre recolzats per un gran estudi, tot seguint l'exemple de la filosofia inicial de United Artists.

## Els gèneres es qüestionen

Els conceptes d'aquell cinema nou van provocar inevitablement la revisió dels gèneres clàssics, de fet apartats del gran catàleg de productes que Hollywood havia establert inicialment per motius industrials, però que, amb el temps, els estudiosos van convertir en motius de reflexió artística. Altman va prendre la iniciativa seguit per Coppola, Scorsese, Mazursky, Fosse, Peckinpah, Brooks, Waters, Penn, Polanski o Allen. No es van limitar a reflexionar sobre els seus convencionalismes per adaptar-los sense més ni més al nou ordre, sinó que en alguns casos els van canviar de cap a peus tot conferint-los un nou sentit, i, encara més important, van dur a terme una revolució transposició d'un gènere a un altre, barrejant-los, destruint les hipotètiques línies que els delimitaven i, lògicament, obrint l'hermetisme dels gèneres clàssics. TAXI DRIVER, per exemple, combina elements del *western*, del *film noir* fins i tot del terror clàssic. BULLITT, DIRTY HARRY i altres films d'Eastwood i Siegel van crear un peculiar *western* urbà que va substituir els cavalls per automòbils. El melodrama es va apropar a la comèdia. El cinema d'acció es va autoparodiar. El *western* i el musical no van trobar el seu lloc i van passar, amb certes excepcions, al terreny arqueològic. I encara va resultar més sorollosa la transformació de les tipologies humanes. L'antíheroi va substituir l'heroi. La dona i les minories racials, especialment la negra, van anar guanyant protagonisme. La crítica política va prendre un impuls irremissible i els governants van deixar de ser impol·luts per passar a mostrar les seves debilitats i corrupcions. Finalment, el cinema s'inspirava més plenament que mai en la realitat, tot i que encara hi havia llacunes que es van anar omplint amb el pas del temps, com per exemple la de la guerra del Vietnam. Un cop Hollywood va haver assimilat aquesta irrupció, que en

principi podia semblar anàrquica des d'un punt de vista industrial, la va anar incorporant mica en mica a la seva filosofia productiva: des d'aquella època, resulta difícil trobar una pel·lícula que pugui encasellar-se en un gènere pur.

## L'enfonsament del *New Hollywood*

La filosofia bàsica dels pioners del *New Hollywood*, és a dir, el cinema com a reflex crític de la realitat en contraposició amb el cinema espectacle d'entreteniment, va començar a trontollar quan JAWS (1975) va canviar les normes del mercat, i va rebre dues estocades mortals amb els fracassos de HEAVEN'S GATE (1980) i ONE FROM THE HEART (1982). El primer va arruïnar la United Artists i el segon, l'American Zoetrope de Coppola. La simbiosi somiada vint anys enrere per aquells visionaris es va enfonsar. Poc a poc, aquells artífexs es van anar integrant al cinema o van desaparèixer de la circulació. I, paradoxalment, l'enorme triomf de STAR WARS va ser el principi de la fi, ja que va mostrar el camí a seguir a la nova guàrdia d'executius que, arrupida, esperava allò que podia beneficiar-la d'aquella revolució, gent que, gràcies a les fusions amb empreses d'altres àmbits, ocupava llocs d'importància i desenvolupava funcions sobre les quals no tenia ni idea. Hollywood havia renascut acomodant-se a la nova situació, creada per ella mateixa, de la indústria de la comunicació abocada inevitablement a la globalització. Els línx de la indústria, que venien d'altres camps, van aplicar al del cinema les mateixes tècniques que havien tingut èxit en altres terrenys, convinguts que l'èxit d'un producte (una pel·lícula, un electrodomèstic o un automòbil) no es mesura per la seva discutible i opinable qualitat, sinó per les campanyes de màrqueting que alteren la percepció i els gustos del consumidor. S'havia reeixit efectivament a l'hora d'arribar als joves,

però s'havia fet tot adaptant-se al conservadorisme cada cop més creixent de la societat nord-americana i mantenint els joves prou contents únicament amb cinema espectacle, cada cop més innocu, que es prolongava a través de la televisió i amb ofertes noves d'oci en sectors cada cop més amplis. El cinema va començar a deixar de ser la cosa més important per a la transmissió d'idees en una població en què la despolitització, l'individualisme i la immediatesa per a la consecució d'objectius eren cada cop més manifestos, donant peu així a un terreny adobat en benefici dels conglomerats de la comunicació. Des dels despatxos de la Costa Est, els executius de la divisió de cinema, no precisament els més importants d'aquelles concentracions d'empreses els tentacles de les quals ho abraçaven tot, es va tornar a la vella i eficaç fórmula per decidir si s'havia de produir una pel·lícula, destinada ara gairebé exclusivament als menors de 21 anys (aquells que anaven més al cinema) o no: s'havia de descriure l'argument amb 25 paraules o menys, tal com ho mostra Robert Altman al començament de la seva genial THE PLAYER: «Si, es tracta d'una barreja de JAWS amb RAIDERS OF THE LOST ARK», per definir si un projecte era factible o no. Amb això n'hi havia prou per fer que els executius decidissin tirar endavant o no una pel·lícula. En definitiva, era l'únic llenguatge que entenien, ja que els havien ensenyat que el cinema era un producte de consum més. I les tècniques per prendre decisions havien de ser totes les mateixes. Aquests canvis de mentalitat es van començar a gestar a mitjan anys setanta per assentar-se definitivament durant els anys vuitanta.

Ángel Comas (Los fabulosos años del New Hollywood. Panorama de dos décadas de cine norteamericano. 1964-1983, T&B Editores, Madrid, 2009) ▶

## BIBLIOGRAFIA: USA '70

### Monografies:

- *Actualité du cinéma américain*. Paris: Pierre Lherminier: Filméditions, 1979
- *American gothic : el cine de terror USA 1968-1980*. Donostia: Semana de Cine Fantástico y de Terror de San Sebastián: Donostia Kultura, 2007.
- Biskind, Peter. *Moteros tranquilos, toros salvajes: la generación que cambió Hollywood*. Barcelona: Anagrama, 2009.
- Buache, Freddy. *Le Cinéma américain: 1971-1983*. Lausanne: L'Age d'Homme, 1985.
- Comas, Ángel. *Los Fabulosos años del New Hollywood : panorama de dos décadas de cine norteamericano (1964-83)*. Madrid: T&B, 2009.
- Cook, David A. *Lost illusions : american cinema in the shadow of Watergate and Vietnam : 1970-1979*. New York [etc.]: Charles Scribner's Sons [etc.], cop. 1990.—
- Cosulich, Callisto. *Hollywood settanta*. Florencia: Vallecchi, 1978.
- *Hollywood 1969-1979*. Venezia: Marsilio, 1979-1980. 3 v.
- La Polla, Franco. *Il Nuovo cinema americano 1967-1975*. Torino: Lindau, 1996.
- Lev, Peter. *American films of the 70s : conflicting visions*. Austin: University of Texas, 2000.
- Martinez, Gerald. *What it is was! : the black film explosion of the '70s in words and pictures*. New York: Hyperion: Miramax, 1998.
- Wood, Robin. *Hollywood from Vietnam to Reagan*. New York [etc.]: Comissao do Centenário de Figueira da Foz, 1986.

### Articles de revista:

- *70's à l'heure*. "Cahiers du Cinéma" n. 613 (juin 2006), p. 78-88.
- Amiel, Mireille; Micciché, Lino. *Situation du cinéma américain des années 70*. "Cinéma 72" n. 249 (sept. 1979), p. 49-58.
- Bidaud, Anne-Marie. *La 'nouvelle virilité' du cinéma américain contemporain*. "Cinéma 72" n. 253 (janv. 1980), p. 13-26.
- *Dossier: Hollywood 79*. "Cinématographe" n. 45 (mars 1979), p. 1-51.
- Fauritte, Alain. *Hollywood 70-80: les années fastes*. "Revue du Cinéma" n. 388 (nov. 1983), p. 70-77.

- *Hollywood années 70; Dossier*. "Positif" n. 545-546 (juil.-août 2006), p. 4-75.
- James, Nick. *Edinburgh 2006: the shock of the maverick*. "Sight & Sound" vol. 16, n. 9 (Sept. 2006), p. 20-23.
- Kolbenschlager, M.C. *The female grotesque: gargoyles in the cathedrals of cinema*. [Recurs electrònic]. "Journal of Popular Film and Television" vol. VI, n. 4 (1978), p. 328-341, v.e. FIAF [Consulta 12/11/2009].
- Lagier, Luc. *Conversation secrète et le cinéma paranoïaque*. "Avant-Scène Cinéma" n. 494 (sept. 2000), p. 81-89.
- León Frías, Isaac; Bedoya, Ricardo. *Los fantasmas de Norteamérica: géneros y subgéneros de los 70 (I)*. "Hablemos de Cine" n. 70 (abr. 1979), p. 44-47, 67.
- — *Los fantasmas de Norteamérica: géneros y subgéneros de los 70 (II)*. "Hablemos de Cine" n. 71 (abr. 1980), p. 54-59.
- — *Los fantasmas de Norteamérica: géneros y subgéneros de los 70 (III)*. "Hablemos de Cine" n. 72 (nov. 1980), p. 60-66.
- Losilla, Carlos. *Western crepuscular*. "Dirigido por..." n. 315 (sept. 2002), p. 50-53.
- McBride, Joseph. *Una sensacional oportunidad*. "Nickel Odeon" n. 29 (invierno 2002), p. 24-27.
- Nystrom, Derek. *Hard hats and movie brats: auteurism and the class politics of the New Hollywood*. "Cinema Journal" vol. 43, n.3 (Spring 2004), p. 18-41.
- Ramaeker, Paul. *Notes on the split-field dioper*. "Film History" vol. 19, n. 2 (2007), p. 179-198.
- Rauger, Jean-François. *Juste avant la nuit : les années 70*. "Cahiers du Cinéma" n. 462 (déc. 1992), p. 76-81.
- *El "Thriller" estadounidense de los años 70: más allá de la violencia : la ruptura con el cine negro clásico*. "Dirigido por..." n. 363 (enero 2007), p. 42-70.
- *El "Thriller" estadounidense de los años 70 (2) : los círculos de la violencia : la tumultuosa década de los 70*. "Dirigido por..." n. 364 (feb. 2007), p. 34-62.
- *El "Thriller" estadounidense de los años 70 (y 3) : los nuevos hombres duros : nuevos héroes, mismas minorías*. "Dirigido por..." n. 365 (marzo 2007), p. 40-67.
- Vernaglione, Paolo. *Ultimi saranno 'i primi'*. "Filmcritica" n. 359-360 (nov.-dic 1985), p. 587-595.

## SELECCIÓ DE DOCUMENTS CONSULTABLES A LA BIBLIOTECA

### Pel·lícules:

- 1941 (Steven Spielberg) (VHS). Estats Units, 1979. **VE**
- *American Graffiti* (George Lucas) (DVD). Estats Units, 1973. **VO.S.E**
- *Annie Hall* (Woody Allen) (DVD). Estats Units, 1977. **VO.S.E**
- *Apocalypse Now* (Francis Ford Coppola) (DVD). Estats Units, 1979. **VO.S.E**
- *Assault on Precinct 13 (Assalt a la comissaria del districte 13)* (John Carpenter) (VHS). Estats Units, 1976. **VO i VC**
- *Being There (Bienvenido Mr. Chance)* (Hal Ashby) (DVD). Estats Units, 1979. **VE**
- *Blue Collar (Cadena de muntatge)* (Paul Schrader) (DVD). Estats Units, 1978. **VC**
- *Chinatown* (Roman Polanski) (DVD). Estats Units, 1974. **VO.S.E**
- *The Deer Hunter (El Cazador)* (Michael Cimino) (DVD/VHS). Estats Units, 1978. **VO, VC i VE**
- *Easy Rider* (Dennis Hopper) (DVD). Estats Units, 1969. **VO.S.E**
- *Eraserhead (Cabeza borradora)* (David Lynch) (DVD). Estats Units, 1977. **VO.S.E**
- *The Exorcist (El Exorcista)* (William Friedkin) (VHS). Estats Units, 1973. **VE**
- *Fat City (Ciutat daurada)* (John Huston) (VHS). Estats Units, 1972. **VO i VC**
- *The Getaway (La Huida)* (Sam Peckinpah) (VHS). Estats Units, 1972. **VO.S.E**
- *The Godfather I i II (El Padrino)* (Francis Ford Coppola) (DVD). Estats Units, 1972, 1974. **VO.S.E**
- *Jaws (Tiburón)* (Steven Spielberg) (DVD). Estats Units, 1975. **VO.S.E**
- *The Last Picture Show (La Última película)* (Peter Bogdanovich) (DVD). Estats Units, 1971. **VO.S.E**
- *Little Big Man (Petit gran home)* (Arthur Penn) (VHS). Estats Units, 1970. **VC**
- *Phantom of the Paradise* (Brian De Palma) (DVD). Estats Units, 1974. **VO.S.E**
- *Play Misty for Me (Escalofrió en la noche)* (Clint Eastwood) (DVD). Estats Units, 1971. **VO i VE**
- *Taxi Driver* (Martin Scorsese) (VHS). Estats Units, 1976. **VE**
- *A Woman Under the Influence (Una Mujer bajo la influencia)* (John Cassavetes) (VHS). Estats Units, 1974. **VO.S.E**