



Jornades de Foment de la Investigació

DESENREDANDO LA MADEJA: POSTPRODUCCIÓN DIGITAL Y ARTICU- LACIÓN DISCUR- SIVA, INTERTEX- TUALIDAD Y PRO- PAGANDA EN ¿HAY MOTIVO!

Autors

Agustín RUBIO.

INTRODUCCIÓN: ¡HAY MOTIVO! EN EL CONTEXTO DEL CINE ESPAÑOL CONTEMPORÁNEO

Se atribuye a don Antonio Canovas del Castillo una ácida sentencia, según la cual “es español el que no puede ser otra cosa”. Por desconcertante que pueda parecer semejante cita como arranque para unas líneas sobre un film contemporáneo, quizás no lo sea tanto si advertimos que el mismo ha suscitado durísimas acusaciones de falta de patriotismo hacia sus artífices, y que aborda conflictos y lacras de nuestra sociedad con un marcado propósito de ser, a un tiempo, espejo y guía. En cualquier caso, tomaremos nota de las sabias palabras del impulsor de la Restauración monárquica y trataremos de ser breves y concisos, ya que, dadas las circunstancias, por más que quisiéramos, tampoco podríamos dejar de serlo.

El subtítulo de la presente comunicación plantea las líneas en que se va a mover nuestro análisis de *¡Hay motivo!*: realizada para las pasadas elecciones generales en un plazo récord de treinta días por una plataforma de cineastas con el objetivo de inducir al electorado a replantearse el sentido del voto, la película provocó una reacción contraria por parte del partido entonces en el gobierno y sus medios afines. Nuestra principal aspiración pasa, pues, por exponer la estrecha vinculación entre el modo en que se articulan los microdiscursos que componen el film y el empleo de las tecnologías digitales de postproducción, así como apuntar la relación entre el recurso a la intertextualidad, estrategia detectable en varios de los cortometrajes, con el carácter, en último término, propagandístico de la película.¹ Confiamos en que el hilo de la argumentación justifique y dé cuenta de la compleja convivencia de los anteriores conceptos, que, a nuestro entender, constituyen la entraña del film, y sin entender la cual resulta imposible desarrollar una opinión razonada sobre su legitimidad social, cultural y, sobre todo, política. Es nuestro objetivo enjuiciarlo ética y estéticamente, partiendo de la base de que sólo si se considera la imbricación de ambas dimensiones se crearán las condiciones imprescindibles para desarrollar el marco adecuado para llegar a conclusiones válidas en una eventual discusión acerca de la película.

LA PLATAFORMA COMO AUTOR

Se impone, para arrancar, la necesidad de hacer un rápido esbozo sobre las circunstancias en que *¡Hay motivo!* se gestó y vio la luz: el día 4 de febrero de 2004 se presentó ante la prensa la recién fundada plataforma “Hay motivo”, que se comprometía a entregar, en el plazo de un mes y con una semana de adelanto respecto al 14 de marzo –día previsto para las elecciones legislativas–, un film en el que se denunciarían los principales problemas del país a lo largo de la última legislatura y se señalarían las cuentas pendientes para que el siguiente gobierno, fuera cual fuera el resultado de las urnas, tomase nota y actuara en consecuencia. Los cineastas dispusieron, así, de veintinueve días para grabar y montar sus respectivos segmentos, que cada cual sufragó por su cuenta. El 5 de marzo, comparecieron nuevamente ante los medios para anunciar que la postproducción había concluido a las seis de la madrugada; el film resultante estaba integrado por treinta y dos cortometrajes, dirigidos –los mencionamos por el orden de sus trabajos en el montaje final– por Joaquín Oristrell, Pere Portabella, Álvaro del Amo, David Trueba, Gracia Querejeta, Isabel Coixet, José Ángel Rebolledo, Sigfrid Monleón, Iciar Bollain, Chus Gutiérrez, Víctor Manuel, Pedro Olea, Yolanda García Serrano, Víctor García León, Ana Díez y Bernardo Belzunegui, José Luis Cuerda, Miguel Ángel Díez, Imanol Uribe, Fernando Colomo, Juan

Diego Botto, Alfonso Ungría, José Luis García Sánchez, Daniel Cebrián, El Gran Wyoming, Manuel Gómez Pereira, Julio Medem, Mireia Lluch, Pere Joan Ventura, Manuel Rivas, Vicente Aranda, Mariano Barroso y Antonio Betancor.²

Desde el anuncio mismo de su realización, *¡Hay motivo!* ocasionó una previsible tormenta parlamentaria, con acusaciones cruzadas entre los principales partidos: mientras que el Partido Popular señaló el electoralismo de la iniciativa y el servilismo de los directores a los intereses del Partido Socialista Obrero Español e Izquierda Unida, el representante de los socialistas en el Consejo de Administración de RTVE, Miguel Ángel Sacaluga, denunció el intento de deslegitimar y silenciar desde los medios públicos y afines la acción de una plataforma independiente. La estrategia de defensa de algunos de sus artífices no contribuyó a rebajar la bronca: así, Vicente Aranda reclamó para el grupo, en tanto que intelectuales, “la conciencia del pueblo”, y Pedro Almodóvar calificó la propuesta como “una patada en los genitales del partido en el poder”, al tiempo que la defendía con un discutible argumento esencialista: “los directores han cogido la realidad y la han puesto tal cual, mostrando la fuerza demoledora de imágenes que hemos visto”. Fue seguramente José Luis Cuerda quien mejor supo desmontar los ataques de sus oponentes, desmarcándose, además, de los partidos al negarse a que IU proyectara el film en los mítines.³

En este contexto, las valoraciones que cosechó *¡Hay motivo!* incidieron casi siempre o derivaron implícitamente en dictámenes exclusivamente políticos.⁴ La insignificante, por no decir nula, repercusión crítica que obtuvo el film invita a pensar en el perjuicio que su asociación con la campaña electoral causó para un abordaje más desapasionado y desprejuiciado, atento a los puntos de interés o a los méritos cinematográficos que pudiera encerrar.

Por nuestra parte, preferimos pronunciarnos de entrada en relación a dos cuestiones: en primer lugar, en cuanto a la discutida calidad global de la película constatamos la obvia e inevitable irregularidad de los cortometrajes, determinada no tanto por los materiales de partida –que son bastante homogéneos– como por la capacidad dialéctica de los cineastas y de la relevancia de los temas escogidos; en segundo término, creemos que atribuir a *¡Hay motivo!* una presunta influencia directa y determinante en el resultado de los comicios constituiría un contrasentido: quien así hiciera le estaría otorgando una eficacia social, cultural y política que casi todos, pero muy especialmente sus detractores, niegan al cine español.

Sobre la distribución, que sufragó la propia plataforma y para la que sólo se solicitaban “donativos voluntarios” dirigidos a una cuenta bancaria, “la avalancha de peticiones” agotó las existencias.⁵ Queremos subrayar ya una cuestión significativa, que nos servirá de indicio y de guía a la hora de encuadrar genérica y discursivamente el film: en plena batalla por el respeto a la integridad de los derechos intelectuales y de explotación de los cineastas, éstos aprovecharon las tecnologías cuya difusión los perjudicaba para dar a conocer unas obras realizadas al margen de la industria, sin el respaldo (o directamente con la oposición) de la Administración; sacrificaron, pues, la posibilidad de lucrarse en beneficio de algo que consideraban un bien público (y, por tanto, más importante), y crearon unas obras que se ajustaban al espíritu de la nueva situación de los medios, con la finalidad declarada de “llegar al mayor público posible”.⁶

Al estar concebido y ejecutado *en y para* la campaña electoral, *¡Hay motivo!* no podía sino convertirse en motivo capital de controversia. Además, el film hablaba en caliente acerca de acontecimientos y conflictos recientes o actuales, muchas veces traumáticos. Por lo que respecta a nuestra posición como analistas, consideramos honestamente que sería inútil y absurdo tratar de mantenernos neutrales; tampoco parece el momento de hacer manifestaciones categóricas o definitivas en relación a un objeto que no se presta a ello y frente al cual carecemos de suficiente perspectiva; tampoco es

nuestro propósito. Asumamos, pues, la coyunturalidad de nuestro discurso, sin perjuicio, claro está, de cumplir con los mínimos de rigor siempre exigibles.

Vamos a abordar, en primer lugar, el film en dos de sus dimensiones más particulares, ligadas ambas a su formato de edición: como film colectivo y como obra documental.

Ciertamente, llama la atención la insólita naturaleza del proyecto dentro del reducido catálogo de películas colectivas nacionales. Nada que ver entre el planteamiento de *¡Hay motivo!* y los de títulos como *Pastel de sangre* (Francesc Bellmunt, Jaime Chávarri, Emilio Martínez Lázaro, José María Vallés, 1971), *Cuentos eróticos* (Enrique Brasó, Emma Cohen, Fernando Colomo, Jaime Chávarri, Jesús García de Dueñas, Josefina Molina, Juan Tébar, Augusto M. Torres y Alfonso Ungría, 1979) y *El dominio de los sentidos* (Judith Colell, Isabel Gardela, Nuria Olivé-Bellés, Teresa Pelegrí y María Ripoll, 1995), *operas primas* colectivas pensadas para facilitar el acceso a la industria de cineastas jóvenes; *La ironía del dinero* (Edgar Neville y Guy Lefranc, 1959), *Las cuatro verdades* (Alessandro Blasetti, Hervé Bromberger, René Clair y Luis García Berlanga, 1962) y *La muerte viaja demasiado* (Claude Autant-Lara, José María Forqué y Giancarlo Zagni, 1965), coproducciones compuestas por *sketches* a cargo de directores consagrados, fácilmente amortizables a través de la distribución en los diversos países participantes; u otras producciones internacionales *de qualité* más recientes con participación de realizadores españoles, como José Luis Guerin en *City Life* (con Alejandro Agresti, Gábor Altorjay, Krzysztof Kieslowski, Clemens Klopfenstein, Tato Kotetshvili, William Mbaye Ousmane, Eagle Pennell, Carlos Reichenbach, Dick Rijneke, Mrinal Sen, Béla Tarr y Mildren van Leeuwen, 1990), Fernando Trueba, Vicente Aranda y Bigas Luna en *Lumière y compañía* (*Lumière et compagnie*, con Merzak Allouache, Theo Angelopoulos, Gabriel Axel, John Boorman, Youssef Chahine, Alain Corneau, Costa-Gavras, Raymond Depardon, Francis Girod, Peter Greenaway, Lasse Hallström, Michael Haneke, Hugh Hudson, James Ivory, Gaston Kaboré, Abbas Kiarostami, Cédric Klapisch, Andrei Konchalovsky, Patrice Leconte, Spike Lee, Claude Lelouch, David Lynch, Ismail Merchant, Claude Miller, Sarah Moon, Idrissa Ouedraogo, Arthur Penn, Lucian Pintilie, Jacques Rivette, Helma Sanders-Brahms, Jerry Schatzberg, Nadine Trintignant, Liv Ullmann, Régis Wargnier, Wim Wenders, Yoshishige Yoshida, Zang Yimou y Jaco van Dormael, 1995) o Víctor Erice en *Ten Minutes Older* (con Chen Kaige, Werner Herzog, Jim Jarmusch, Aki Kaurismäki, Spike Lee y Wim Wenders, 2002). La lista anterior, más orientativa que exhaustiva, demuestra cómo, hasta la fecha, la tradición del film colectivo ha estado en España ligada principalmente a la debilidad endémica de la estructura de producción cinematográfica –un fenómeno especialmente notorio en aquellos casos en que se convierte en refugio para debutantes–, o a la participación en proyectos europeos, fuertemente subvencionados, de difusión propagandística de la *politique des auteurs*. Retengamos, pues, la peculiaridad de la película, tanto en el contexto general del cine español contemporáneo como en la nómina de los films de autoría compartida en nuestro país, con el compromiso de retomar más adelante esta cuestión.

LA POSTPRODUCCIÓN DIGITAL Y SUS REPERCUSIONES EN LA NARRACIÓN Y EL DISCURSO

El discurso de *¡Hay motivo!* se articula a partir de una serie de cortometrajes; lo más relevante para nosotros es que, al recurrir a las herramientas digitales de postproducción⁷ para hilvanar los fragmentos que componen el film, el resultado se ha visto condicionado.

Todos los realizadores que tuvieron que registrar materiales originales –esto es, que no se limitaron a remontar imágenes y sonidos de archivo– optaron por la solución más sencilla, asequible y flexible,

consistente en grabar en vídeo digital de gama media y media-alta (miniDV y DVcam, en este caso), con sonido directo. Con estas primeras elecciones, las tareas de edición quedaban considerablemente aligeradas, ya que se evitaba el trámite, inevitable en caso de rodar en cine y montar digitalmente, de telecinar o escanear el material como paso previo al montaje propiamente dicho. La actual difusión de programas informáticos de edición (con software servido, en versiones cada vez más completas, por marcas como Avid, Premiere, Pinnacle, Media100, Final Cut Pro), más los específicos de sonido (Sound Forge, ProTools) y de animación (Flash), compatibles todos ellos con ordenadores personales de capacidad normal, brindaron a nuestros cineastas, como a cualquiera con un conocimiento y manejo de dichas herramientas *a nivel de usuario*, la oportunidad de cumplir con unos plazos tan ajustados. Surge así otro aspecto digno de atención en relación a *¡Hay motivo!*: su condición de experiencia inédita, sólo explicable en un contexto digital, en el que los procesos de producción y distribución se han agilizado, tanto en facilidad como en rapidez, y abaratado enormemente.

Las restricciones temporales y económicas jugaron, no obstante, un importante papel en otro orden, a saber, el del género o formato discursivo: los cortometrajes se adscriben en su mayoría a la categoría del documental de montaje. Como se ha apuntado más arriba, en muchos casos se toman como materia prima grabaciones procedentes de reportajes e informativos. Las estrategias discursivas que se despliegan, empero, divergen: valgan como ejemplo la variedad de usos que extraen a dichas imágenes Mireia Lluch (*Kontrastasun-Versos de Gabriel Celaya*, de carácter poetizante), Ana Díez y Bernardo Belzunegui (*Madrid mon amour*, al servicio de un guiño intertextual), Miguel Ángel Díez y José Luis Cuerda (*Arma de destrucción mediática* y *Por el mar corre la liebre*, respectivamente, que vendrían a ser sendos contrarreportajes irónicos), José Luis García Sánchez (*Español para extranjeros*, que se sirve del contrapunto irónico entre imagen y sonido), Manuel Rivas (*Mayday: llamada general*, ensayístico y experimental)...

La parquedad es la nota dominante en la presentación: un brevísimo genérico común cuyo motivo principal, un ovillo que se va enredando, es obra del diseñador navarro Iñaki Cabodevilla, aparece al comienzo y al final del film; los cortometrajes se suceden sin más articulación que un fragmento del citado ovillo, mientras que el título correspondiente al siguiente segmento aparece en la parte inferior del encuadre, con letras blancas sobre fondo negro. La música brilla prácticamente por su ausencia: suenan al principio unos compases, con ritmo de pasodoble, de la canción popular *Vamos a contar mentiras*,⁸ que sólo al final, como fondo sonoro de los títulos de crédito, llega a desarrollarse plenamente. Como sugiere la repetición de la madeja al principio y al final, así como su reaparición entre cortometraje y cortometraje, el film se plantea como un cúmulo de argumentos; pero una pregunta obvia surge a continuación: ¿argumentos para qué?

La propia película contiene una primera respuesta que, no obstante, resulta insuficiente: al final, la madeja se acompaña de una sucesión de dos rótulos (“¡Hay motivo!” y “para pensar...”) que constituyen lo que, siguiendo a Lo Cascio, podríamos calificar como el *macroargumento* del film.⁹ Sin embargo, la respuesta que el film emite resulta insatisfactoria, porque, en la lógica electoral en que se mueve el discurso del film, resulta evidente que *con pensar no basta*; en todo caso, se trataría de un pensamiento orientado a la acción. No podría ser de otra manera: el propio Lo Cascio advierte de que el macroargumento “se escribe con caracteres grandes”, mientras que “la tesis principal queda sobreentendida”.¹⁰

Podemos avanzar una hipótesis –nada arriesgada, bien es cierto– de cuál es la acción a la cual *¡Hay motivo!* pretende impulsar a los espectadores: el voto. A partir de aquí, vamos a intentar demostrar este extremo encuadrando genéricamente cada uno de los cortometrajes –en la mayor parte de los casos, señalando la superposición de códigos que se advierte en la configuración de los textos– por medio

del análisis de fragmentos concretos; asimismo, abordaremos la prevalencia de la autoría grupal sobre la individual para, finalmente, centrarnos en la discutida legitimidad de la intervención electoral por parte de la plataforma.

Centrémonos ya en el montaje, en el que, como instrumento primordial de generación discursiva que es, podemos observar la fluctuación entre los rasgos que delatan la personalidad filmica individual de cada uno de los cineastas integrantes de la citada plataforma, y los que apuntan a una autoría compartida, colectiva. En principio, se diría que no opera en la articulación de los cortometrajes más criterio que la mera yuxtaposición de los mismos, presentados en una sucesión aparentemente aleatoria. Pero realmente, a poco que escurramos en la superficie, descubrimos que no hay tal.

En efecto, una visión de conjunto permite detectar coincidencias temáticas que no pueden atribuirse a la casualidad: podemos señalar la significativa presentación sucesiva, dentro de un primer bloque en el que se incluyen los cortos de “denuncia social”, de los firmados por David Trueba (*Cerrar los ojos*) y Gracia Querejeta (*¿Dónde vivimos?*), sobre la especulación y la burbuja inmobiliaria; por Isabel Coixet (*La insoportable levedad del carrito de la compra*) y José Ángel Rebolledo (*Soledad*), sobre la pérdida de poder adquisitivo y el desamparo de la tercera edad; por Sigfrid Monleón (*Adopción*) e Icíar Bollaín (*Por tu bien*), sobre la adopción por homosexuales y el derecho al aborto; por Pedro Olea (*Se vende colegio*) y Yolanda García Serrano (*Catequesis*), sobre la educación religiosa y los abusos sexuales por parte del clero; por José Luis Cuerda, Miguel Ángel Díez, Imanol Uribe (*Manipulación*) y Fernando Colomo (*Mis treinta euros*), sobre diversas formas de manipulación informativa; por Alfonso Ungría (*Verja*) y José Luis García Sánchez, sobre la inmigración; por Daniel Cebrián (*¿Legalidad?*), el Gran Wyoming (*Muertos de segunda*) y Manuel Gómez Pereira (*Yak-42*) sobre el compromiso del gobierno popular con la guerra de Irak; por Julio Medem (*La pelota vasca*) y Mireia Lluç, sobre el terrorismo etarra y el enquistamiento del conflicto entre las administraciones central y autonómica; por Pere Joan Ventura (*Cena de capitanes*) y Manuel Rivas, sobre el Prestige; y, en fin, por Vicente Aranda (*Técnicas para un golpe de estado*), Mariano Barroso (*El pasado que te espera*) y Antonio Betancor (*La mosca cojonera*).

¿UN “VÍDEO ELECTORAL”?

El estatuto propagandístico del film resulta especialmente visible en la elección como colofón de los tres últimos cortometrajes mencionados, que entroncan con la *agit-prop* tanto en su intencionalidad como en los procedimientos filmicos a que recurren: en el primero, Aranda manifiesta el temor y siembra la duda acerca de las convicciones democráticas del gobierno, mediante un *crescendo* ideológico de cinco rótulos (“Así acabó la Primera República”; “Así acabó la Segunda República”; “Así acabó la derecha moderada”; “Así acabó el bipartito de la Asamblea de Madrid” y “continuará...”). En el segundo, Barroso recapitula con cuatro “contralemas” (“Si quieres que tu país siga siendo el que menos gasta en salud y educación de Europa...”; “Si quieres dedicar trece años de tu sueldo único para tener un techo...”; “Si quieres que una declaración de guerra se celebre como la paz...” y “Si quieres, dales tu apoyo”) el error de confiar el voto al Partido Popular. El tercero esboza, de la mano del intérprete de Els Joglars Ramón Fontseré, famoso por sus parodias de Francisco Franco (el film *Buen viaje, excelencia* –Albert Boadella, 2003), Rafael Sánchez-Mazas (*Soldados de Salamina* –David Trueba, 2002) y Jordi Pujol (la obra teatral *Ubú President*) entre otros, un feroz retrato del ex presidente José María Aznar, a quien se presenta, por medio de un *chroma-key*, de espaldas a la población

(con planos tomados de manifestaciones multitudinarias contra la guerra de Irak), poniendo énfasis en la autosuficiente vacuidad de su oratoria. Como afirma Lo Cascio, “en los mensajes publicitarios tras una aparente argumentación podemos encontrar una fuerte redundancia de las categorías propias del macroargumento”;¹¹ En este caso, se ataca al gobierno, al partido y a su líder, tratando de “hacer pensar” al electorado (macroargumento), para desmovilizar a los indecisos proclives a apoyar al PP, al tiempo que se trata de canalizar el descontento y la antipatía de los desafectos para convertirlo en un voto de castigo (objetivos últimos, reales).

Existen otras interesantes coincidencias entre la caracterización del macroargumento propio del mensaje publicitario audiovisual (tanto el cinematográfico como el televisivo) según Lo Cascio y los rótulos con que se cierra *¡Hay motivo!*: así, según el autor aquel se presenta “como conclusión del proceso argumentativo, dándole de alguna forma al discurso un carácter inductivo/demostrativo. En primer lugar, efectivamente, se presenta el objeto, después de describen sus características y finalmente se enuncian las conclusiones/argumentos para la adquisición o utilización del producto. Conclusión y macroargumento son enunciados, aunque de forma indirecta, a partir de las imágenes que intentan acoplar sensaciones y emociones variadas y especiales. Son precisamente estos aspectos emotivos el tipo de argumento más fuerte (...) La argumentación no tiene una coherencia canónica demostrativa, tan sólo debe seducir, ser *suasiva*...”.¹² En el caso de *¡Hay motivo!*, el último segmento apela desembozadamente a la emotividad de la movilización antibelicista para convencer de la inconveniencia de conceder el sufragio al partido que hizo oídos sordos a aquélla.

La insistencia en el uso de imágenes de archivo a que se ha hecho referencia más arriba acentúa la sensación de que *¡Hay motivo!* pretende vehicular un discurso que, sirviéndose de las mismas herramientas que el poder, funcione como contrapeso a éste, desmintiéndolo y desvelando sus mecanismos. En este sentido, revisten interés (puesto que pueden dar pie a una discusión más fundamentada acerca de la honestidad de ciertas elecciones) la heterogeneidad genérica de algún segmento, que responde a las claves del documental y del reportaje *de autor*, y su contradictorio recurso a rasgos tradicionalmente asociados a la transparencia: aunque en general, lejos de ocultar las marcas enunciativas, los cortometrajes proclaman su sesgo ideológico, encontramos una llamativa excepción en *Libre*, el episodio con que se abre el film, y en el que Joaquín Oristrell recurre al plano/contraplano entre dos rostros populares (Candela Peña y Secun de la Rosa) para poner en escena un encuentro, ficticio pero pretendidamente verista, entre una taxista cuyo marido se encuentra encarcelado por posesión de drogas blandas y un periodista de TVE afectado por la política partidista impuesta por la dirección de informativos.

Se pone de manifiesto en buen número de los cortometrajes un alto grado de reflexión metalingüística: así, David Trueba cuestiona los mecanismos del *spot*; Pere Portabella, Vicente Aranda y Mariano Barroso deconstruyen la lógica de los espacios electorales; Yolanda García Serrano pervierte la presunta inocencia del cuento infantil; Imanol Uribe se sirve de ciertos tópicos narrativos y estéticos del cine de suspense; Sigfrid Monleón se filma a sí mismo para mostrar las dificultades y miserias del documentalista... No debe entenderse como una frivolidad, ni hay voluntad alguna de menospreciar los textos, si decimos que, en algunos casos, como en los cortos de José Luis García Sánchez y Vicente Aranda, creemos detectar la influencia de un exitoso género televisivo en el contexto español contemporáneo, el del informativo humorístico de actualidad que representan espacios como *El Informal* o *Pecado Original*.

El carácter propagandístico del film aflora, de forma diversa, sutil e intermitente, en muchos de los segmentos: como ya se ha visto, tanto Vicente Aranda como Mariano Barroso toman prestados los eslóganes sobreimpresos de la lógica del spot electoral –en el segundo caso, en un registro irónico. Asimismo, *La pesadilla*, de Álvaro del Amo, establece, por medio de un montaje de planos de peces y

aves en Doñana, un juego de paralelismos con los procedimientos de cualquier documental etológico al uso. Por su parte, la relación que se establece entre imagen y música en el cortometraje del que se encarga el cantante Víctor Manuel, *El club de las mujeres muertas*, es, indiscutiblemente, la propia de un videoclip.

La fagocitación del discurso cinematográfico por los demás formatos audiovisuales, y por el publicitario en particular, es una cuestión sobre la que se han escrito ríos de tinta pero en la que aquí, por restricciones de espacio, no podemos insistir. Donde resulta especialmente notorio es en el cortometraje de Ana Díez y Bernardo Belzunegui: al recurrir al expolio intertextual de la mítica *Hiroshima, mon amour* (Alain Resnais, 1959), adquiere su auténtico sentido en tanto que reelaboración de una conocida ficción; si el planteamiento general es efectuar un paralelismo entre el trauma de Hiroshima y la represión policial de las manifestaciones contra la guerra de Irak, en el desenlace, muy significativamente, Díez y Belzunegui se apartan del original para incluir, sucesivamente, varios emblemas, como la bandera tricolor, la de la CNT; un plano congelado de un joven manifestante, mientras el *Himno a la Alegría* de Beethoven suena de fondo, acaba de evidenciar el carácter panfletario del fragmento.

Algunos otros cineastas se desmarcan de la tendencia mayoritaria y se acogen a modelos discursivos autónomos u originales: cabe destacar, en este apartado, las arriesgadas apuestas de Mireia Lluç y Manuel Rivas, debutantes ambos en lides cinematográficas, con lo que Ramón Carmona cataloga como “films no narrativos de base asociativa”.¹³ Otros optan por orientar sus guiños hacia ámbitos de recepción más reducidos: Isabel Coixet, por ejemplo, recupera el arquetipo sainetesco y castizo del pícaro, que tiene una fertilísima tradición, desde el Barroco, en la historia de la representación hispana; *La mosca cojonera* también hace estandarte de la referencia intertextual, al servirse de Ramón Fontseré; el título del cortometraje de Pedro Olea remite a “Se vende un tranvía”, segmento dirigido por Luis García Berlanga para la aludida *Las cuatro verdades*; un caso curioso es el de Julio Medem, que, de paso que denuncia la campaña de desprestigio a que fue sometido, hace una hábil publicidad de su polémico largometraje *La pelota vasca. La piel contra la piedra* (2003), al incluir testimonios descartados para la versión estrenada en salas.

El concepto de “polifonía”, esgrimido precisamente por Medem para defender su *Pelota vasca*, cobra, a propósito de *¡Hay motivo!*, singular interés: aquí existe, en efecto, un coro de voces en la elaboración del discurso, que, por medio de estrategias y patrones genéricos diversos, apelan al público con argumentos y a propósito de temas también muy distintos. A primera vista, *¡Hay motivo!* se nos aparece como un texto polifónico, en la terminología bajtiniana, e intertextual, en la kristeviana: no hay un único sujeto de la enunciación, sino múltiples, entre los que se establecen vínculos explícitos e implícitos, con textos previos (en el eje paradigmático) y con los del film en su conjunto (en el sintagmático).

Sobre el enunciador que se constituye a lo largo del metraje, como es obvio, cada segmento construye uno propio y distinto: en breve, nada tiene que ver la presentación de testimonios, sin presencia de un narrador explícito, de los cortometrajes de José Ángel Rebolledo, Pedro Olea, Juan Diego Botto (*Doble moral*), el Gran Wyoming o Manuel Gómez Pereira, y llevada al extremo por Pere Portabella; con la radical subjetividad de Sigfrid Monleón, única voz y único intérprete del fragmento de que se encarga, o de David Trueba, que pone su propia voz *over* –perfectamente reconocible– a un escenario deshumanizado muy apropiado para el tema que trata; ni este modelo, a su vez, con el planteado por Yolanda García Serrano al hacer de Pilar Bardem narradora delegada explícita del cuento (en origen, una columna periodística) de Juan José Millás, o con el discurso de un ave migratoria, en voz *over* subjetiva (e imposible), que presenta Álvaro del Amo.

Sin embargo, surgen dudas acerca del estatuto dialógico del texto cuando caemos en la cuenta de que, de acuerdo con Bajtin, en el entramado del texto polifónico se abren los cauces para que todas las voces resuenen en pie de igualdad. La común filiación ideológica de todos los cineastas y el hecho de que compartan expresamente un propósito concreto supone un sesgo de partida, como mínimo, tan cierto como el que pueda ejercer Medem a través de la selección y organización de los testimonios de los intervinientes. La idea de colectivo o plataforma acaba cristalizando e imponiéndose a la autoría individual, precisamente a través del montaje, de la articulación discursiva; todo ello al servicio de un fin común: condicionar el sentido del sufragio.

Ningún demérito o reproche en esta advertencia; antes bien, se trata de llegar a caracterizar el texto, a dar con su filiación genérica, su estatuto discursivo. No otra cosa pretendía Bajtin cuando hablaba de los géneros como base del pacto ficcional entre autor y lector. Por el contrario, desde el reconocimiento del carácter propagandístico del texto, podemos perfilar mejor y más nítidamente las condiciones exigibles para dirimir las cuestiones relativas a su legitimidad.

Afirma Tannen que, “a menudo, la verdad no es una cuestión de extremos simplificados, sino que se encuentra en un terreno intermedio difícil de delimitar”.¹⁴ Y efectivamente, si asumimos (como apuntamos más arriba al criticar el juicio de quienes, como Almodóvar, tomaban los argumentos expuestos por los cineastas como testimonios de una realidad incontrovertible) el carácter parcial del discurso del film, orientado a obtener unos fines en términos de rentabilidad electoral; en tanto que podemos definir los *bienes sociales* que reporta –los compartamos o no resulta irrelevante, puesto que estamos abordando el film desde una perspectiva ética que trasciende los códigos morales particulares de cada cual–; y en tanto que los emisores no ocultan su toma de partido, se nos aparecen como legítimas aquellas operaciones de sentido que, por medio de procedimientos de montaje diversos, distancian, violentan y, en suma, se apartan de los modos de representación que invisibilizan su discurso para naturalizarlo. Y a esta norma son bien pocos –*Libre* constituye una anomalía, cinematográfica y éticamente delicada, espinosa, en el global de la película– los cortometrajes que escapan.

ANTECESORES (Y HEREDEROS)

La filiación publicitaria –y más concretamente propagandística– del texto en su conjunto lo emparenta con la rica veta documentalista producida por el bando republicano durante la Guerra Civil española.¹⁵ Referencia menos remota, en cuanto a género e intencionalidad, sería la trilogía integrada por *Canciones para después de una guerra* (1971), *Caudillo* (1977) y *Queridísimos verdugos* (1977), de Basilio Martín Patino.¹⁶ Y, en fechas más recientes, *¡Hay motivo!* tiene un claro precedente en *Cuatro puntos cardinales* (Manuel Martín Cuenca, Natalia Díaz, Pilar García Elegido y José Manuel Campos, 2002), largometraje documental compuesto por cuatro cortometrajes, a cargo de otros tantos cineastas debutantes, en torno todos ellos a la cuestión de la inmigración.

Entre el documental y la propaganda, y contaminada por los códigos de la ficción, *¡Hay motivo!* entronca con un subgénero actualmente en boga, inaugurado por el espectacular éxito mediático, a escala mundial, alcanzado por *Bowling for Columbine* (Michael Moore, 2002). El veterano crítico cinematográfico Ángel Fernández-Santos denominaba “ficciones de vuelo rasante” o “a ras de tierra” los documentales de Moore, a propósito del pase en la última edición del Festival de Cannes de su

última pieza, *Fahrenheit 9/11* (2004), y los calificaba como “sagaces ejercicios de agitación moral y social”.¹⁷ El propio cineasta, por su parte, rechaza las etiquetas tradicionales:

No entiendo la palabra documental, es un término viejo, que suena a medicina [...] Lo que hago es no ficción, ensayos, como esos libros que no son novelas. Mi periodismo es como las páginas de opinión de los periódicos: los hechos, más mi punto de vista.¹⁸

No debe menospreciarse la principal novedad que nuestro film introduce en la mencionada tendencia general: la peculiar coralidad de su elaboración. Coetáneamente a *¡Hay motivo!* se ha estrenado *200 km* (Colectivo Discusión 14, 2004), un film realizado por un grupo de estudiantes de cine que, divididos en grupos, acompañaron la marcha de protesta sobre Madrid que emprendieron los trabajadores de Sintel. Y, para los próximos meses, se anuncia el estreno de *Fuera el chapapote* (2004), sobre la catástrofe del Prestige, y de *11-M: Todos íbamos en ese tren* (2004). El tiempo dirá si, a la singularidad de *¡Hay motivo!* dentro del actual panorama audiovisual español, así como a los valores intrínsecos que podamos con mejor o peor voluntad reconocerle, se añade el interés historiográfico de constituirse en pionero de un nuevo subgénero o tendencia de *documentales colectivos de intervención* con una asumida y autoproclamada proyección sociopolítica.

EPÍLOGO: ¡HAY MOTIVO! EN LA TRADICIÓN DE LA CULTURA ESPAÑOLA

Para concluir esta nuestra disertación, sobre cuya provisionalidad ya hemos advertido, sucumbimos a la tentación de hacer otra cita (sólo quizás) impertinente: en *El cine español en el banquillo*, recopilación de entrevistas que el tiempo ha consagrado como un clásico de nuestra bibliografía –y en cuya portada una cámara aparecía ambiguamente ceñida por una banda rojigualda que, a un tiempo, la amordazaba e indicaba su españolidad–, José María Forqué trataba de definir la actitud de los artistas nacionales, a resultas del raquitismo de la industria y las constricciones políticas. Y daba en calificar la estética y la plástica españolas en los siguientes términos:

...un estilo bronco, mesetario, carpetovetónico, que constituye como una versión del mundo extremeña o vallisoletana. Es la grosería, que es como una forma de prevalecer por encima de la desesperación. Es uno de los elementos constitutivos de la picaresca, una de las más altas creaciones del arte español. Es una veta singular que se mantiene como corriente subterránea en el cine de consumo incluso. Es un encabronamiento latente que no ha encontrado aún su liberación.¹⁹

A la luz de las iluminadoras palabras de Forqué, tendremos que concluir que *¡Hay motivo!* es, lo quieran o no sus defensores y sus detractores, lo quieran o no, incluso, sus propios artífices, un film profundamente español.

BIBLIOGRAFÍA

- AMO, ÁLVARO DEL: “Fragmentos seleccionados de la Guerra Civil española”, en *Nickel Odeon*, núm. 19. Madrid: verano de 2000.

Desenredando la madeja: postproducción digital y articulación discursiva, intertextualidad y propaganda en ¡Hay motivo!

- CARMONA, RAMÓN: *Cómo se comenta un texto filmico*. Madrid: Cátedra, 1993.
- CASTRO, ANTONIO: *El cine español en el franquismo*. Valencia: Fernando Torres Editor, 1974.
- GUBERN, ROMÁN: “El cine sonoro (1930-1939)”, en VV.AA.: *Historia del cine español*. Madrid: Cátedra, 1995.
- LO CASCIO, VINCENZO: *Gramática de la argumentación*. Madrid: Alianza, 1998.
- TANNEN, DEBORAH: *La cultura de la polémica*. Barcelona: Paidós, 1999.
- TORREIRO, CASIMIRO: “*Canciones para después de una guerra*”, en PÉREZ PERUCHA, Julio (ed.): *Flor en la sombra. Antología crítica del cine español (1906-1995)*. Madrid: Cátedra, 1997.

HEMEROGRAFÍA

-Seguimiento en prensa de la cobertura informativa del proyecto en los diarios de tirada nacional *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Razón* entre el 5 de febrero y el 6 de marzo.

EN INTERNET

Página web de la plataforma “Hay motivo”: <http://www.haymotivo.org>

ABSTRACT

La polémica película colectiva ¡Hay motivo! constituye un claro ejemplo de las posibilidades, hasta hoy inéditas, que las tecnologías digitales ponen al alcance de los cineastas. La facilidad, la rapidez y el abaratamiento de costes que suponen la grabación y la postproducción en vídeo digital, así como la agilización de la distribución, han dado lugar a un film, integrado por una serie de cortometrajes de gran heterogeneidad temática, discursiva y genérica, que desarrolla algunas vías documentales apenas exploradas por el cine español. El recurso a las referencias intertextuales, y en particular a otras producciones audiovisuales, abre la posibilidad de analizar el film en clave publicitaria y, más concretamente, como una manifestación inédita de propaganda electoral.

ANOTACIONES

¹ Entendemos por propaganda toda forma de acción comunicativa encaminada a difundir ideas, doctrinas, opiniones (políticas, en este caso).

² Hubo algunos cortometrajes previstos que no se realizaron por falta de tiempo o incompatibilidades laborales de sus directores, como los dedicados al paro (a cargo de Montxo Armendáriz) o a la transición democrática (Joaquín Jordá). Además, apoyaron la iniciativa, sin sumarse a ella activamente por razones diversas, cineastas como Pedro Almodóvar, Alejandro Amenábar, Álex de la Iglesia, Víctor Erice, Fernando Trueba, Agustín Díaz Yanes, Manuel Gutiérrez Aragón, Emilio Martínez Lázaro, Javier Rioyo o Gerardo Vera (mencionados por M.J.O. en “TV3, ETB y Canal Sur emitirán *Hay motivo*, la película en que cineastas españoles critican al PP”, en *ABC*,

p. 14; GARCÍA, Rocío: “32 cineastas dan una visión crítica de la realidad española”, en *El País*, p. 49; y HERMOSO, Borja: “Almodóvar: *Una patada en los genitales del partido en el poder*”, en *El Mundo*, p. 12, en los tres casos el sábado 6 de marzo de 2004). Asimismo, debe citarse la relevante aportación del productor Andrés Santana.

Por otro lado, conviene advertir que *¡Hay motivo!* puede considerarse aún hoy inacabada: en estos momentos se anuncia en la página web oficial de la plataforma la realización de un último cortometraje, el trigésimo tercero, acerca de la política informativa del gobierno en relación al atentado del 11-M, así como de la cobertura del mismo por parte de los medios oficiales.

³ Cuerda entró en la discusión de fondo al responder a quienes catalogaban *¡Hay motivo!* como un “vídeo electoral” preguntándose retóricamente en qué consiste tal cosa; vid. *El Mundo*, jueves 5 de febrero de 2004, p. 12.

⁴ Así, los primeros y únicos titulares de primera plana de dos diarios de tirada nacional recalcan, tras el anuncio del proyecto, que “Los directores más subvencionados preparan cortos contra el Gobierno” (*La Razón*, jueves, 5 de febrero de 2004), y que “30 cineastas piden a TVE noventa minutos para criticar al Gobierno durante la campaña” (*El Mundo* del mismo día). Después del estreno, este último periódico emitía en un editorial un parco juicio acerca del “desigual talento” de las denuncias (“Usos y abusos en campaña electoral”, en *El Mundo*, sábado 6 de marzo de 2004, p. 3).

⁵ Según la página web oficial (<http://www.haymotivo.com>). Actualmente la distribución está paralizada, a la espera de la inclusión del último episodio (cuyo autor será Diego Galán), tras la que se reanudará, por los cauces ya habilitados.

⁶ GARCÍA, Rocío, *ibidem*, p. 49.

⁷ Se conoce por postproducción aquella fase del proceso de realización del producto audiovisual que engloba el montaje en su sentido tradicional, como ensamblaje de imágenes y sonidos, más la generación de efectos digitales, animaciones, gráficos, rótulos, etc., que se incorporan, modifican o sustituyen a los materiales resultantes del rodaje o la grabación.

⁸ Un tema empleado, con intención igualmente perversa, en uno de los clásicos por antonomasia de la historia del cine español: *El espíritu de la colmena* (Víctor Erice, 1973).

⁹ Según LO CASCIO, el macroargumento “presenta las reglas del juego”; en LO CASCIO, Vincenzo: *Gramática de la argumentación*. Madrid: Alianza, 1998, p. 335.

¹⁰ *Ibidem*.

¹¹ *Ibidem*, p. 344.

¹² *Ibidem*, pp. 344-345.

¹³ “Los films estructurados según un sistema formal asociativo sugieren cualidades expresivas y conceptos yuxtaponiendo series de objetos capaces de producir sensaciones o percepciones semejantes en el espectador [...] Este procedimiento proviene directamente de tipologías composicionales elaboradas en otros discursos, como la poesía lírica posterior al simbolismo [...] Las asociaciones presuponen un trabajo activo por parte del público espectador, ya que la conexión semántica entre los objetos o imágenes relacionados se establece en la mirada espectral, no en la objetividad de la pantalla, donde lo único que existe es una yuxtaposición física, no significativa a priori”; en CARMONA, Ramón: *Cómo se comenta un texto filmico*. Madrid: Cátedra, 1993.

- ¹⁴ TANNEN, Deborah: *La cultura de la polémica*. Barcelona: Paidós, 1999, p. 22.
- ¹⁵ Vid. GUBERN, Román: “El cine sonoro (1930-1939)”, en VV.AA.: *Historia del cine español*. Madrid: Cátedra, 1995; AMO, Álvaro del: “Fragmentos seleccionados de la Guerra Civil española”, en *Nickel Odeon*, núm. 19. Madrid: verano de 2000, pp. 161-174.
- ¹⁶ Casimiro Torreiro las define como “películas nacidas de fragmentos documentales y de ficción que, hábilmente manipulados, terminaban configurando un discurso propio, completamente ajeno a las intenciones de los creadores de las imágenes primigenias [...] En los tres casos, se trataba de (re)crear un tótem significativo, un símbolo capaz de resumir por sí mismo toda una época”; TORREIRO, Casimiro: “*Canciones para después de una guerra*”, en PÉREZ PERUCHA, Julio (ed.): *Flor en la sombra. Antología crítica del cine español (1906-1995)*. Madrid: Cátedra, 1997, p. 696.
- ¹⁷ FERNÁNDEZ-SANTOS, Ángel: “Ficciones a ras de tierra”; en *El País*, martes 18 de mayo de 2004, p. 36.
- ¹⁸ MORA, Miguel: “Michael Moore/Director de cine: *Hay que sacar las tropas y pagar la reconstrucción*”; en *El País*, miércoles 19 de mayo de 2004, p. 38.
- ¹⁹ CASTRO, Antonio: *El cine español en el banquillo*. Valencia: Fernando Torres Editor, 1974, p. 182.