

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE GANDÍA

Grado en Comunicación Audiovisual



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCUELA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

“La frontera entre el cine de culto clásico
y el *blockbuster*: el universo *Star Wars*”

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:

Amparo Banegas Martí

Tutor/a:

José Pavía Cogollos

GANDIA, 2014

RESUMEN

Definir el término “cine de culto” no es un asunto sencillo. Si preguntas a alguien qué entiende por *western*, película de aventuras o cine de acción, probablemente será capaz de enumerar una larga lista de características relacionadas con estos géneros. El objetivo principal de este trabajo será desvelar los entresijos de este género cinematográfico y, a la vez, tratar de hallar las principales similitudes y diferencias que éste tiene con una forma de hacer cine muy de moda en la actualidad: hablamos de las producciones catalogadas como *blockbuster*. Para ello, estudiaremos el caso de la saga cinematográfica *Star Wars*, la cual supuso un verdadero punto de inflexión en la década de los 70 dando inicio a unas de las sagas más trascendentales de la historia del cine.

Palabras clave: Cine, culto, *blockbuster*, George Lucas, *Star Wars*.

ABSTRACT

Giving a definition of the term “cult cinema” is not an easy task. If you ask someone what he understands by western, adventure movies or action cinema, he will probably be able to point a long list of characteristics related with those genres. The main objective of this work will be based on unraveling the intricacies of this cinematographic genre and, at the same time, trying to find the main similarities and differences it has with a form of filmmaking very fashionable nowadays: we talk about the productions known as blockbusters. To do this, we will study the case of the Star Wars movie, which meant a turning point during the 70s starting one of the more transcendental film series in the history of cinema.

Key words: Cinema, cult, *blockbuster*, George Lucas, *Star Wars*.

Índice

1. Coyuntura histórica desde 1960 hasta 1980 en Hollywood	4
2. Visión general sobre el cine de culto	9
2.1. Introducción a la etiqueta “de culto”	10
2.2. El cine de culto clásico	11
2.3. El cine de culto en la actualidad	13
3. El <i>blockbuster</i>	18
3.1. Éxito financiero	20
3.2. <i>Storytelling</i>	22
3.3. El momento oportuno	24
4. Análisis de <i>La guerra de las galaxias</i>	26
4.1. George Lucas: el visionario de la ciencia-ficción	26
4.2. El legado de George Lucas	28
4.2.1. Argumentos universales en la narrativa galáctica	29
4.2.2. <i>Star Wars</i> : pre-producción, producción y post-producción	35
4.3. El momento oportuno	39
5. Conclusiones	41
6. Bibliografía	43
7. Filmografía	45

1. Coyuntura histórica desde 1960 hasta 1980 en Hollywood

Riccioto Canudo acuñó el término “séptimo arte” en referencia al cine ya que creyó ver en éste un epicentro y una posible culminación de las seis artes renacentistas¹. Esto provoca que el cine también esté sujeto a la coyuntura social del momento en que vive, es decir, al igual que la música, la pintura o la poesía, el cine es una manifestación artística sujeta a la influencia social del momento histórico que vive. Así, la historia del cine se convierte en reflejo de cada uno de los momentos sociales en los que ha existido.

Con la aparición de la televisión y la práctica disolución del sistema de estudios americano, el cine quedó relegado a un segundo plano hasta casi finalizada la década de los años sesenta. Siete de cada ocho espectadores habituales de cine tenían un televisor en sus casas, por lo que ir al cine se había convertido en una opción, en lugar de un hábito. Además, la producción interna era escasa y, por lo general, las tramas de las películas no destacaban por su originalidad. Como resultado, la producción cinematográfica cayó en picado durante los tres primeros cuartos de la década en Estados Unidos, mientras que otros países, como ahora España, sirvieron de plató de cine para la industria norteamericana gracias al apoyo del gobierno franquista, la mano de obra barata y unos métodos de financiación atípicos (Casas 2014).

Tras el fallo judicial en el que se acusaba a la industria de violar la ley del antimonopolio, los últimos vestigios del sistema de estudios estaban a punto de deshacerse y grandes productoras, como *Universal Studios* o *Columbia Pictures*, iniciaron la década en situación de bancarrota. Richard Nixon, presidente del país durante aquellos años, escuchó las peticiones de la industria y dispuso una serie de importantes rebajas fiscales con las que el negocio pudo superar la crisis y permitirse financiar un gran número de películas².

A finales de los sesenta sólo algunas pequeñas películas de producción independiente, como *Bonnie and Clyde* (Arthur Penn, 1967) o *El graduado* (*The Graduate*, Mike Nichols, 1967), se convirtieron en éxitos sorpresa porque conectaron con el espíritu rebelde de la juventud de la época. Estos jóvenes pertenecían a la generación del *baby boom* americano: demandaban ver en la pantalla algo más grande de lo que les podía ofrecer la televisión. Buscaban “espectáculo, violencia realista, fuertes contenidos sexuales, comedias costumbristas y ejercicios de nostalgia” (Ben Block y Autrey Wilson, 2010, pág. 507). La producción de largometrajes se tambaleaba

¹Ricciotto C., *Manifiesto de las siete artes* (1911).

²Alex B. B. y Lucy A., *George Lucas's Blockbusting: A decade-by-decade survey of timeless movies including untold secrets of their financial and cultural success* (Nueva York: It Books, 2010), 507.

mientras los estudios buscaban financiación y guiones que interesaran a una audiencia más selecta que la de las pasadas décadas.

En este vacío artístico apareció una nueva generación de guionistas, directores, productores y actores que fueron los encargados de reimpulsar el cine de Estados Unidos. Tanto así que la prensa del momento los acuñó como el “Nuevo Hollywood”. Este término definió un movimiento caracterizado por sus títulos excéntricos y los temas que hasta el momento habían sido considerados motivo de censura, y que, a menudo, contenían altas dosis de sexo y violencia. Resulta necesario recordar que el código Hays³ había estado en vigor, precisamente, hasta finales de esta década, concretamente hasta el 1967, aunque ya presentaba síntomas de laxitud con anterioridad. Además, modernizaron los géneros cinematográficos dejando un poco de lado las convenciones respetadas hasta el momento.

Entre los individuos más relevantes de esta generación encontramos personajes de la talla de Francis Ford Coppola, George Lucas o Martin Scorsese, conocidos como los *movie brats*⁴ en Estados Unidos debido a que habían sido los primeros en estudiar cine en las universidades americanas. Martin Scorsese asistió a la Universidad de Nueva York. Francis Ford Coppola era la esencia de la UCLA (Universidad de California en Los Ángeles), que formaba directores, poetas, artistas y creadores. George Lucas, en contraposición a Coppola, se había formado en la USC (Universidad del Sur de California), caracterizada por su capacidad para formar técnicos competentes.

Estos cineastas se caracterizaban por una marcada cultura cinéfila que los llevó a glorificar lo específicamente cinematográfico en contraposición a sus predecesores, que se recreaban en las adaptaciones de obras literarias o teatrales por ser éstas objeto de prestigio entre el público. Los nuevos directores ensalzaron tanto a los géneros cinematográficos (western, terror, policíaco) como a los autores, prefiriendo a directores populares como Ford, Hitchcock o Hawks, que eran considerados verdaderos creadores de formas y estilos según la revista *Cahiers du Cinema*⁵.

Estos jóvenes proporcionaron a la industria cinematográfica estadounidense un restablecimiento inesperado, duradero y comercial. Algunos de los mayores éxitos comerciales de la

³Código de producción cinematográfico que determinaba con una serie de reglas restrictivas qué se podía ver en pantalla y qué no en las producciones estadounidenses.

⁴Traducción: “Los mocosos de las películas”.

⁵Foro de discusión literaria El *Aleph*, “*Los movie brats*”, <http://foro.elaleph.com/viewtopic.php?t=8600> (consultada el 13 de julio de 2014).

década como ahora *El padrino* (*The Godfather*, Francis Ford Coppola, 1972), *El exorcista* (*The Exorcist*, William Friedkin, 1973), *Encuentros en la tercera fase* (*Close Encounters of the Third Kind*, Steven Spielberg, 1977) o *Taxi Driver* (Martin Scorsese, 1973) son obra suya.

Los temas tratados por las películas del “Nuevo Hollywood” podían motivar, en una primera aproximación, el calificativo de “cine independiente” sobre las mismas si no se conocía su procedencia. Sin embargo éstas estaban muy vinculadas a los grandes estudios de cine. Esta afirmación se fundamenta en la decadente situación que estaba atravesando el cine estadounidense. En medio de esta crisis, los estudios tenían claro que la generación del *baby boom* era crucial para la supervivencia de la industria. Los jóvenes demandaban un producto distinto al que podían consumir en la televisión y el negocio no podía ignorar tal circunstancia. El cine comenzaba a impartirse como materia en las universidades tanto así que los productores, desesperados por la situación, vieron en estos recién graduados la oportunidad de captar a una audiencia más “targetizada” que en el pasado. Como consecuencia, los estudios comenzaron a actuar de prestamistas, dejando de lado su papel de productores. Por otra parte, los jóvenes directores, adquirirían el rol de autores de sus películas, siendo los últimos responsables de las mismas.

Los cineastas del Nuevo Hollywood tuvieron la suerte de convivir con los grandes cineastas del momento, como Ford o Hitchcock. Pero, de igual manera, tomaron como punto referencial a los grandes realizadores europeos del momento. Directores como François Truffaut, Jean-Luc Godard o Jean Renoir integraron una de las corrientes más innovadoras del cine del siglo XX: la *Nouvelle Vague*, surgida en Francia a finales de los años 50. En 1948, Alexander Astruc acuñaría en la revista francesa *L'écran française* el concepto de la *caméra stylo*, o dicho de otra manera, la utilización de la cámara por un director como un escritor utilizaría un bolígrafo. Años más tarde, sería François Truffaut quien recogiera las palabras de Astruc para dar sentido a uno de los principios de la *nouvelle vague*. Nos referimos al concepto de *auteur*, es decir, el papel del director como máxima autoridad de su película, supervisando y escribiendo el argumento de la misma y considerado por ello el último responsable de su contenido.

No obstante, es importante no olvidar las influencias de otras corrientes del cine europeo, como el neorrealismo italiano. Los máximos exponentes del movimiento fueron los cineastas Roberto Rossellini y Luchino Visconti, con obras como *Roma, ciudad abierta* (*Roma, città aperta*, Roberto Rossellini, 1945) y *La tierra tiembla* (*La terra trema*, Luchino Visconti, 1948), que

mostraban un tipo de cine realista, más preocupado por captar la esencia y los sentimientos del personaje que por los medios técnicos de que pudiera disponer, que habitualmente eran precarios.

La manera de entender y realizar cine de los autores europeos es comparable a la de directores americanos como John Ford o Alfred Hitchcock, personalidades sumamente relevantes durante las décadas de 1930 a 1950 en Estados Unidos. Además, muchos de los cineastas franceses defendían el cine llevado a cabo por estos grandes directores. Esto resulta un hecho curioso si consideramos que más tarde fueron los la nueva generación de graduados de los setenta los que adoptaron las técnicas y costumbres europeas. Por tanto, se hace evidente el impacto del intercambio cultural transatlántico de estos conceptos y teorías. Pese a ello, se consideraría necesario mostrar cautela y no comparar a los niños prodigio americanos con los directores de cine de autor europeos en la tradición de la *nouvelle vague*, aunque su influencia en el nuevo Hollywood se percibe claramente (Müller, 2003, pág. 10).

Apocalypse Now (Francis Ford Coppola, 1979), uno de los proyectos más arriesgados de la historia del cine, es una buena muestra del concepto de *auteur*. Fue dirigida por Francis Ford Coppola, un cineasta de mentalidad individualista que estuvo dispuesto a arruinarse y arruinar su salud por el logro de esta obra. En palabras de Müller: “Visto después, parece que en el radicalismo del proyecto se anuncie ya con claridad el final del gran cine de autor americano de la era del Nuevo Hollywood” (*ibid.*, pág. 12).

A mediados de los setenta, el lanzamiento de *Tiburón* (*Jaws*, Steven Spielberg, 1975) puso fin a la corta era del Nuevo Hollywood, así como a las carreras de muchos de los autores que participaron de ella. Con este filme, se puso de moda un término que de ahora en adelante serviría para referirse a este tipo de películas: *blockbuster*.

En ese momento, la película de Spielberg se había convertido en un nuevo paradigma cinematográfico que provocó que muchas corporaciones se apresuraran a invertir en la industria del espectáculo. De esta manera, se creaba un complejo sistema multinacional cuya función era invertir en un número determinado de éxitos taquilleros. Esta inversión sería tan elevada como en el pasado aunque, ahora, la diferencia radicaba en el proceso de promoción del filme, la elección del género, el componente narrativo y el lugar de consumo.

Pero no sólo la industria tenía un papel en el nuevo panorama. George Lucas lo expresa, de

algún modo, en la siguiente afirmación:

«Bien, el entorno político y cultural [durante los sesenta y comienzo de los setenta] que era muy extremo en San Francisco, también lo fue en todo el país [...] nos vino muy bien [a la American Zoetrope⁶] porque queríamos eso. Teníamos muchas ganas de sacudir el status quo en cuanto a estética de las películas y sobre lo que éstas trataban y eso fue en sintonía con dónde estábamos.» (Ben Block y Autrey Wilson, 2010, pág. 506)

Lo que Lucas nos quiere decir con esto es que el país estaba atravesando una etapa de crisis social y, debido a ello, la forma de ver la vida estaba cambiando, especialmente entre el sector más joven de la sociedad. Esto ocasionaba que también ellos buscaran en el cine otro tipo de películas y géneros muy distintos de los contemplados hasta el momento. Lucas, que siempre había sido un visionario, consideró que era el momento oportuno para llevar a cabo un cambio.

La nueva meta era la creación de películas con un alto presupuesto y actores conocidos desempeñando papeles principales. Se trata de películas con tramas muy sencillas que, a pesar de parecer simples y vacías, podían proporcionar millones en taquilla. Gran parte de estos títulos era películas de serie B reconvertidas en serie A gracias a la elevada inversión económica. Esto supuso que el coste promedio de realizar una película de estudio se triplicara en tan sólo una década.

A su vez, las altas sumas de dinero que generaban estas populares películas, no sólo a nivel nacional sino también a nivel mundial, desencadenó la aparición de “franquicias”, es decir, diversas películas que aparecían a causa del éxito inicial de la obra primigenia. Éstas iban más allá de la simple creación de una secuela: a menudo, se transformaban en series de películas, algunas llegando a planear dos o tres títulos más en adelante. Muchas han continuado durante las próximas décadas dando lugar a sagas tan populares como *Star Wars* (*La guerra de las galaxias*, George Lucas, 1977), *Alien* (Ridley Scott, 1979) o *Superman* (Richard Donner, 1978).

Una nueva era había dado comienzo en el cine estadounidense y llegaba para quedarse.

⁶Empresa fundada por Francis Ford Coppola en 1969 con George Lucas como vicepresidente. Su objetivo era mantener una independencia de Hollywood y generar proyectos cinematográficos capaces de interesarles a ambos.

2. Visión general sobre el cine de culto

Cuando nos referimos a una película como “cine de culto” lo que en realidad estamos haciendo es tratar de etiquetarla. Por tanto, lo primero que deberíamos preguntarnos es: ¿qué es una etiqueta? Si hacemos el experimento con un grupo de personas, las respuestas pueden ser de todo tipo: “Para mí una etiqueta es una clasificación, poner un orden...”; “En mi opinión, una etiqueta supone calificar algo según las causas a las que se debe, es decir, dar un nombre a algo...”; “Yo diría que es un sistema de catalogación de carácter general... en algunos casos particulares puede ser prejuicioso y, por tanto, injusto.”

Por otro lado, el diccionario de la Real Academia Española, en una de sus múltiples acepciones, define esta palabra como “*Calificación identificadora de una dedicación, profesión, significación, ideología, etc.*”

De lo anterior deducimos que la etiqueta no es más que una mera forma de catalogación, es decir, se trata de reducir la entropía de un sistema en el que sentimos la necesidad de poner un orden.

En este caso, el sistema quedará conformado por el universo cinematográfico y los millones de títulos producidos a lo largo de más de un siglo de vertiginosa carrera cinematográfica. En este ámbito, la etiqueta se denominaría, de manera más apropiada, género cinematográfico. Uno de los grandes estudiosos de la materia, Rick Altman, define el vocablo “género” como “un concepto complejo de múltiples significados” (1999, pág. 37) atribuyendo uno de estos al género como “etiqueta o nombre de una categoría fundamental” cuya función sería la de “justificar y organizar una sociedad prácticamente intemporal” (*ibid.*, pág. 50).

Altman opina que los géneros se vuelven algo imprescindible ya que “los espectadores experimentan el filme en términos del género al que pertenecen” por lo que “no pueden existir dudas acerca de la identidad genérica, debe presuponerse una reconocibilidad instantánea.” (*ibid.*, pág. 40). Con esto quiere decirnos que la concepción sobre la trama de una película vendrá siempre determinada por el género en el que ésta ha sido catalogada. Esto no significa que, dentro de un mismo filme, no podamos entrever pinceladas de otro género. No obstante, siempre habrá uno que prevalecerá sobre los demás, gracias al cual el espectador será capaz de dictaminar si, acorde a sus gustos en cuestión de género, la obra será merecedora de su visionado.

2.1. Introducción a la etiqueta “de culto”

En términos generales, el culto es “la admiración afectuosa de que son objeto algunas cosas”⁷. Basándonos en esta definición, una película de culto es aquella que ha logrado cierta relevancia entre un determinado grupo de seguidores que le rinden homenaje. Sin embargo, este concepto no es obligatoriamente una consecuencia de haber sido una película enormemente taquillera o de haber sido un fenómeno de masas. Naturalmente, todo un género cinematográfico no puede ser definido de una forma tan simple y banal, sino que es necesario ahondar en su historia y tratar de determinar sus orígenes, sin confundir que el momento en el que fue concebida la etiqueta no es el mismo momento en el que nace el género.

El autor Rubén Lardín, se refiere al cine de culto como: “De lo que se trata, cuando hablamos de culto, es de encontrar genuinos dioses paganos a los que adorar, aquéllos que siempre bailaron mientras los que nos habían sido impuestos —católicos, apostólicos y romanos— condenaban el baile”. Estas palabras se recogen en un capítulo denominado “El culto al margen”, nombre que recoge perfectamente la trascendental idea de que este tipo de cine se ocupa de aquello que el resto del cine oculta, traspasando muchas veces los límites de lo establecido por la narrativa tradicional y las convenciones cinematográficas (Sala, 2012, pág. 83-87).

Así, una de las peculiaridades de estas películas es que muchas prescriben instantes después de su lanzamiento. Muchas de estas obras son del todo invisibles y la mayoría no llegan a estrenarse mientras que algunas lo hacen de forma absolutamente fugaz. La poca acogida que tienen por parte de las audiencias mayoritarias las eleva a una categoría de películas “al margen” y es entonces cuando unas pocas privilegiadas captan la atención de los cinéfilos sedientos de este tipo de cine alejado del *mainstream*. Contrariamente a esto, se produce otro de los aspectos más interesantes del cine de culto: la apropiación por parte de ciertos sectores del público de obras que surgieron inicialmente con afán comercial pero que terminaron reubicándose en un nuevo sistema de valores totalmente contrario al que produjo su aparición. En cualquiera de los dos casos, extraemos la idea de que el cine de culto muestra lo que el cine convencional trata de evitar con una imperativa necesidad por lo irracional y lo prohibido.

En resumen, podemos concluir que con frecuencia, sólo desde la distancia temporal y, en ocasiones geográfica, se propicia la valoración de una obra en términos laudatorios conducentes

⁷Real Academia Española. Culto. En Diccionario de la lengua española (22.º ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=culto>

a esa etiqueta de *cult movie*. Pese a ello, cada vez son más los títulos que no precisan de tal distancia para lograr erigirse como obras del género de culto.

2.2. El cine de culto clásico

Para empezar, existe un período vital en la Historia para entender el concepto de obra de culto de la forma que lo hacemos hoy. Nos situamos en los años cincuenta, para muchos considerada la primera edad de oro de la ficción televisiva, un momento en el que este receptor se convierte en el centro de millones de hogares y los canales empiezan a emitir viejas películas de fantasía, terror y ciencia ficción. Una gran parte del público de esas películas son adolescentes que, años más tarde, se convertirían en cineastas que defenderían con argumentos nostálgicos tales obras y cuyo amor por ellas establecería la idea que tenemos actualmente de una película de culto. Son, además, años delicados para la industria del cine, la cual sufre muchas pérdidas debido a la fuerza con la que la televisión irrumpe en los hogares americanos.

Sin embargo, no debemos olvidar que el cine ya cosechaba éxitos entre las audiencias años antes de que la televisión irrumpiera en los salones de medio mundo. Ir al cine era una especie de ritual que no pasó desapercibido para los empresarios, que inmediatamente se apresuraron en crear unos modelos de fidelización para las audiencias, basándose en datos como la procedencia geográfica, la edad o el género. De esta manera, consiguieron un tipo de culto a determinados actores, creadores o películas. París fue pionera logrando que una cinta como *El gabinete del Dr. Caligari* (*Das Kabinett des Dr. Caligari*, Robert Wiene, 1920), se convirtiera en un filme que todo el mundo quería ir a ver en la capital francesa, pese al escaso éxito cosechado en su país de origen, Alemania.

El cine no era el único en aprovechar el tirón del negocio visual al servicio de las masas. Estados Unidos ya se había sumado a esta idea de negocio en los años diez y lo hacía con el serial americano, descendiente directo del folletín⁸, un producto propio de la novelas por entregas y que daba paso a esta idea de “serialidad”. Tuvieron su época de mayor auge durante la década de los cuarenta, en la que comenzaron a inundar las pantallas héroes épicos como Superman, el capitán Maravillas y Flash Gordon, que en aquellos momentos alimentarían la fantasía de futuros directores del género de la ciencia-ficción como George Lucas. Estos seriales se consideran, además, el prelude de las series de televisión actuales. A partir de los setenta, sirvieron de modelo para las posteriores secuelas cinematográficas en torno a los grandes éxitos

⁸Género dramático de ficción caracterizado por su intenso ritmo de producción, el argumento poco verosímil y la simplicidad psicológica.

de taquilla o *blockbusters*.

Durante estos años, la agitación política y social en Estados Unidos generó un malestar que se tradujo en un movimiento contracultural que fue ganando vigor poco a poco en el interior del país. Este hecho, sumado a la amenaza recibida por los cines de emitir algo diferente a la televisión como alternativa al cierre, propició la aparición de los cines de programas doble, las conocidas *grindhouse*. Se trataba de teatros donde se exhibían películas de terror (de caníbales, zombis y demás) y las conocidas como *exploitation films*. Bajo este término se recogen películas de bajo presupuesto cuya fuente de ingresos era recurrir a la “explotación” de una determinada serie de temas como el rock, las drogas, la identidad sexual, el gore o la violencia. Algunos ejemplos representativos de este tipo de películas los encontramos en *Faster, Pussycat! Kill! Kill!* (Russ Meyer, 1965) o *Night of the Living Dead* (*La noche de los muertos vivientes*, George A. Romero, 1968). La primera, por ofrecer violencia gratuita, sexualidad, y diálogos vulgares y la segunda, por su carácter de cine de terror gore con recreaciones explícitas de canibalismo zombi.

Los espacios en los que se proyectaban estos filmes, especialmente salas situadas en la periferia urbana, se convirtieron en “templos rituales” que lograron la aceptación de seguidores que buscaban un tipo de cine distinto al comercial. Películas pertenecientes a este tipo de cine se proyectaban en sesiones de madrugada celebradas los fines de semana donde se podía ver un tipo de filme totalmente diferente al habitual.

Pero lo que convirtió en culto esos filmes fue precisamente la fidelización con un lugar, un horario y un ritual. Poco a poco, esto se convertiría en una experiencia extracinematográfica que generaría un culto que ha sobrevivido a la propia extinción de esas formas de exhibición. En términos metafóricos, hablamos de la generación de una especie de “celebración litúrgica pagana”. Entendemos que, al aplicar el concepto “de culto” al ámbito cinematográfico, “lo festivo” y “lo religioso” se unen e “intentan poner a las masas en movimiento, excitarlas y congregadas en un lugar (templo) con fines de adoración.” (Sala, 2012, pág. 29) Es por este motivo que “el cine se puede considerar, mediante una alegoría acertada, una especie de religión propia del siglo XX, un ritual ejercido –en gran parte de ese siglo- en comunidad, según ciertas reglas y en un templo como serían las salas de cine.” (*ibid.*)

Ángel Sala considera que el culto estribaba en “una forma de consumir (en general, sin ningún tipo de criterio ni referencia) películas en muchos casos clónicas y sencillas” (*ibid.*, pág.

31). Se trata de una afirmación acertada ya que las películas de esa época no se convirtieron en referentes de culto inmediato. Como expresa lo citado, se trataba de películas sencillas, que permitían cierta relajación en las proyecciones pues se conocían sus picos de audiencia y las sorpresas eran escasas. Curiosamente, sería la televisión la que, mediante la constante emisión de muchos de estos productos durante los setenta y los ochenta, crearía el culto hacia un tipo de filme de serie B.

Esta misma década fue testigo del nacimiento de uno de los inventos que, a día de hoy obsoleto, revolucionó la manera de ver y hablar sobre cine. Hablamos del videocasete (y, por extensión, de su lugar de almacenamiento y expenduría: el videoclub), un elemento que creó un séquito de amantes del séptimo arte jamás visto hasta el momento. Adrian Martin lo reconoce en su libro: “La nueva cinefilia realmente comienza con la era del video en casa. La implantación del video alteró por completo el carácter de la cultura cinematográfica en todo el mundo. De repente, había en todas partes especialistas autodidactas en áreas anteriormente elitistas como el cine B, el cine de explotación y el llamado cine de culto” (Rosenbaum, 2010, pág. 12). Y es que el vídeo fue ciertamente un invento que nos cambió la vida. Bob Gale⁹ comentó que, cuando estrenaron *El padrino*, fue a verla cada noche porque no sabía cuándo tendría la oportunidad de volver a verla. Sin embargo, con el VHS la gente tenía la oportunidad de coleccionar o almacenar a Alfred Hitchcock o John Ford en una estantería de la misma manera que lo había hecho a lo largo de sus vidas con Cervantes o Shakespeare.

2.3. El cine de culto en la actualidad

La manera de generar este culto ha cambiado a lo largo de los años. Antes, tenía que pasar mucho tiempo para que una película adquiriese el status de culto y se necesitaba del apoyo de un asesor que recomendara el producto para que no quedara condenado al olvido.

Hoy en día las nuevas tecnologías han supuesto un cambio en este aspecto. Por un lado, tenemos la posibilidad de diálogo inmediato entre las personas que han visionado la película. Esto ocasiona la versión digital del fenómeno bautizado como “boca a boca”, que en muchas ocasiones aporta beneficios netos al productor ya que no ha invertido dinero para llevarlo a cabo y además, gracias a red de internautas, el rango de alcance se multiplica sustancialmente.

Por otro lado, se multiplican las voces críticas que pueden pronunciarse sobre el filme y

⁹Bob Gale es un guionista estadounidense nominado a un premio Oscar por escribir junto a Robert Zemeckis la película de ciencia-ficción Regreso al futuro (Back to the future, Robert Zemeckis,1985).

que han propiciado un cambio de paradigma en el ámbito de la crítica cinematográfica: antes sólo opinaban los expertos y lo hacían utilizando los medios propios de la época tales como el periódico o revistas temáticas. En la actualidad, ser crítico de cine en mundo cibernético está al alcance de cualquier individuo. Esto es, un usuario de Internet puede crear un blog sobre cine, una página web... Todo esto nos conduce a preguntarnos: ¿Podemos referirnos a la idea de “culto” tal y como lo hemos hecho hasta ahora?

Actualmente, nos encontramos en una época donde la proliferación de distribuidoras especializadas y grandes filmotecas visuales han modificado por completo el panorama del cine. Muchas de las personas que vivieron las programaciones *midnight* con películas como *The Rocky Horror Picture Show* (Jim Sharman, 1975), los autocines o los programas dobles recuerdan ahora con nostalgia los tiempos en los que para ver una película de estreno era necesario comprar la entrada y tomar asiento en una de las butacas de la única sala que componía el recinto. Para bien o para mal, la experiencia de ir al cine se está perdiendo en detrimento de las nuevas generaciones que han construido su educación cinematográfica sin abandonar el dormitorio y ven en la gran pantalla no una meta soñada sino una opción más.

Y como hablamos de nostalgia, nos conviene destacar un hecho actual producto de este sentimiento. Hablamos del auge de películas de los ochenta como *Los Goonies* (*The Goonies*, Richard Donner, 1985) o *El club de los cinco* (*The Breakfast Club*, John Hughes, 1985), que pese a haber sido tildadas de excesivamente infantiles en la época de su estreno, hoy se convierten en objeto de culto, en parte, por ese cariño nostálgico al que nos estamos refiriendo y, en parte, por la tendencia actual a recurrir a modelos del siglo pasado.

Otra de las consecuencias derivadas de la nueva era es la generación de lo que Noel Ceballos denomina “culto instantáneo” (Sala, 2012, pág. 155). Con esta denominación hacemos referencia al hecho de que anteriormente la etiqueta se le colocaba a una película a posteriori. Por lo general, esta clasificación se aplicaba a películas con voluntad vanguardista, de aspecto contracultural o por simple acumulación de desatinos. Sin embargo, actualmente un gran número de producciones irrumpen en las redes sociales con la intención de erigirse en *cult movies* antes incluso de haber sido estrenadas. En este sentido, es muy significativo observar ejemplos como los de *Paranormal Activity* (Oren Peli, 2007) o *Serpientes en el avión* (*Snakes on a Plain*, David R. Ellis, 2006). La segunda llegó a tal punto que se llegaron a cambiar frases del guión durante el rodaje por insistencia de sus fans, unos fans de los que conviene recalcar que todavía

no habían visto la película (Sala, 2012, pág. 158).

En resumen, los verdaderos generadores de culto en la actualidad son múltiples. La cultura *mass media* ha diversificado los mecanismos de generación de culto y donde antes encontrábamos salas de cine, ahora tenemos blogs, foros, webs de cine y festivales que han multiplicado las opiniones de cientos de espectadores anónimos que cada día descubren un nuevo título a reivindicar.

Pero a pesar de estar viviendo la época de mayor auge de las tecnologías de la comunicación, el momento actual se está caracterizando por un estancamiento de ideas en el sector. Continuamente, nos encontramos con adaptaciones de antiguas obras del cine de culto clásico y, tristemente, muchas no se acercan ni a la sombra de lo que en su día éstas supusieron para sus seguidores. Este dato es importante ya que nos lleva a preguntarnos qué es lo que realmente impulsa a los productores a recrear estas obras fílmicas cuando la mayoría de las veces su calidad dista de las expectativas albergadas en su comunidad de seguidores. Oliver Hirschbiegel fue el encargado de llevar a la gran pantalla *Invasión* (*The Invasion*, Oliver Hirschbiegel, 2007), adaptación de la conocida cinta de serie B *La invasión de los ladrones de cuerpos* (*Invasion of the Body Snatchers*, Don Siegel, 1956), que no gozó del éxito previsto y a día de hoy es una película condenada al olvido. Los motivos pudieron ser diversos y nos encontramos frente a una gran diversidad de críticas:

«Ahora dirigen los estudios de Hollywood y producen incesantes remakes.

O eso es lo que a mí me parece.

¿Y el film? Esquizofrénico: dirigido por dos personas [...], editado con un ritmo brusco y acelerado, sobrecargado de escenas de acción (¿no se supone que la historia siempre ha sido de miedo?), con cambios risibles...

Lo poco que funciona está robado de la versión rodada por Philip Kaufman, el efecto *déjà vu* de muchas escenas no ayuda, el casting está poco acertado (Jeremy Northam parece un robot, la Kidman es un “ultracuerpo” sin que necesite mutar) aunque Daniel Craig mantiene el tipo [...]» (Filmaffinity)¹⁰

Pero lo cierto es que más allá de que *Invasión* fuese o no una buena adaptación o de lo que opinaran millones de usuarios sobre la elaboración de este filme, la pregunta que debemos hacernos en estos tiempos que corren es: ¿Dónde acaba el culto y empieza el negocio? Es cierto que muchos realizadores del género se han inspirado en la nostalgia que les evocan las creaciones que marcaron su infancia y han conseguido crear adaptaciones personales y coherentes creando sus propias vías expresivas a lo ya conocido por la audiencia. Por ejemplo, Steven Spielberg lleva a cabo esta idea reconduciendo al tema familiar, que es uno de los intereses motores de

¹⁰Crítica de un usuario sobre la película *The Invasion*, dirigida por Oliver Hirschbiegel (2007; Estados Unidos: Warner Bros. Pictures) Filmaffinity, <http://www.filmaffinity.com/es/reviews/16/516117.html?orderby=1> (consultada el 27 de junio de 2014).

toda su filmografía, la película *La guerra de los mundos* (*The War of the Worlds*, Byron Haskin, 1953) de Byron Haskin. La otra cara de la moneda nos la ofrecen los productores de las grandes compañías que se han dedicado a explotar cualquier producto que antaño tuvo éxito con el fin de lograr algún beneficio.

En conclusión, nos encontramos ante una devaluación de la etiqueta “de culto”, sobrevenida por diversos factores. En primer lugar, la aparición de una nostalgia artificial producto de una corriente *mainstream*. Le quita sentido a la etiqueta ya que una de las características de ésta es la libertad creativa ajena a las modas del momento y en este momento la nostalgia se está convirtiendo en una moda más. No obstante, tiene su parte positiva en que muchos filmes son tachados de superficiales o insustanciales en el momento de su lanzamiento, ahora son acogidos con los brazos abiertos por las mismas personas que un día los rechazaron.

En segundo lugar, se observa una colectivización del culto. Internet se convierte en una herramienta capaz de hacer llegar el abanico más vasto de obras audiovisuales existente a cualquier hogar conectado a la red. De esta manera, una película de culto que en otro tiempo se expandía con lentitud, ahora puede encontrar casi desde su estreno una comunidad de fans que previamente seguían al creador en Internet. A su vez, el espectador es capaz de visionar la película y emitir una crítica sobre ella en cualquier tipo de plataforma *online*, logrando así un gran alcance. Esto tendrá su efecto opuesto en que el espectador que, al ir al cine alimentado por esa crítica, partirá con una opinión totalmente subjetiva de la película. Tal y como la famosa sentencia de Marshall McLuhan cita: “el medio es el mensaje”, es decir, el medio (la crítica) está modificando de tal manera la información transmitida (el contenido del filme), que la está transformando en una nueva información que, al final, será la que llegue a oídos del receptor.

Por último, la intromisión de la industria en un sector tan independiente como es el culto provoca que donde antes se aplicaba el término en retrospectiva, ahora éste se puede buscar desde los departamentos de *marketing*.

En definitiva, Ángel Sala y Desirée de Fez coinciden en que “la etiqueta «de culto» es algo puramente emocional que cada individuo asignará en función de sus gustos o los sentimientos que le despierte un filme y por esta razón al final cada persona tendrá su propia lista de *cult movies*. Nunca vamos a leer igual una pieza, porque dependerá del momento particular en el que nos encontremos, de las experiencias que hayamos adquirido, de la capacidad que tengamos

para interpretarla.” (Sala, 2012, pág. 54)

Este planteamiento nos hace pensar que más allá de la mencionada crisis de ideas del sector, al final cine de culto no es más que lo que explicamos al comienzo del apartado: una etiqueta que en este caso responde a las características de un género cinematográfico dentro del cual cada individuo será el encargado de decidir qué títulos archivará en su repertorio personal y cuáles dejará de lado. Esta etiqueta dependería, en todo momento, de cuestiones como el aquí y el ahora del espectador, es decir, su propio bagaje y realidad histórica. Esto nos hace afirmar que los cánones quedan sujetos a los vaivenes del tiempo. Puesto que las circunstancias de las que hablamos están sometidas a perpetuo cambio, el cine de culto de la actualidad no es el mismo que el de hace unas décadas, del mismo modo que el cine de culto de dentro de unas décadas no será el mismo que el de nuestro presente.

3. El *blockbuster*

«Un blockbuster es la combinación del éxito financiero y crítico, un buen storytelling y la elección del momento oportuno. Está determinado por el impacto que tiene en la cultura y por su habilidad para soportar el paso del tiempo.»¹¹ (Francis Ford Coppola)

Estas palabras citadas por el cineasta americano Francis Ford Coppola dan cuenta de las diversas partes que conforman la clave del éxito en taquilla de una película nacida para este fin.

Tratar de dar con una definición exacta de este concepto no es un asunto sencillo. Tal y como explica Tom Shone “para la generación de la posguerra, las cosas eran mucho más sencillas. Si alguien preguntaba qué era un *blockbuster*, ellos señalaban a *Gone With the Wind* (*Lo que el viento se llevó*, Victor Fleming, 1939) –la mejor definición de blockbuster, aunque solo fuera porque fue lo único que tuvieron durante varias décadas.” (2004, pág. 28). Hoy en día, la obra maestra de Fleming continúa siendo la película más taquillera de la historia del cine en lo que respecta a la inflación (*Anejo 1*).

En la actualidad, el *blockbuster* es el producto audiovisual que mejor representa a Hollywood. El término es de origen militar y fue usado para indicar el tamaño de las bombas usadas durante la Segunda Guerra Mundial. Más tarde, durante la década de los cincuenta, el campo de la cinematografía tomó prestada la palabra para referirse a un producto cuya marca distintiva era la magnitud. En este caso, esta magnitud tiene dos significados: por un lado, se refiere a la inversión que llevaban a cabo las *majors*¹² de Hollywood y, por otro, a la cantidad de la recaudación del filme. Esto significa que este tipo de cine está principalmente caracterizado por tener unos elevados costes de producción y, a cambio de ello, unos buenos ingresos. Todo gira en torno a la idea de que el éxito en taquilla viene dado por una gran producción.

En el lenguaje diario, utilizamos el término *blockbuster* para referirnos a películas poco innovadoras en el aspecto creativo pero con gran afán de superación por el tecnológico. Primero de todo, si analizamos la procedencia de este tipo de película, nos daremos cuenta de que nacen en la cultura popular americana y su *target* es el público masivo. Son películas que apelan a emociones básicas y cuentan historia de carácter universal, sin profundizar demasiado en ninguno de ambos aspectos. Por tanto, la construcción narrativa es sencilla y no demasiado innovadora o revolucionaria en lo que se refiere al contenido. Al comparar estas evidencias con las extraídas

¹¹Alex B. B. y Lucy A., *George Lucas's Blockbusting: A decade-by-decade survey of timeless movies including untold secrets of their financial and cultural success* (Nueva York: It Books, 2010), vi.

¹²Número reducido de estudios cinematográficos que desde la época de la fundación del sistema de estudios han dominado la industria del cine estadounidense, esencialmente desde Hollywood.

de la investigación sobre del cine “de culto”, nos hallamos frente a una gran semejanza entre ambas formas de hacer cine.

Además, otra de las características de los *blockbusters* apela a la promesa de espectacularidad, es decir, a la necesidad de mostrar algo asombroso que los convierta en una pieza merecedora de ser vista en la gran pantalla. El tráiler de la película tratará de captar la atención del público para que estos asistan a la sala de proyección mientras que el uso de efectos especiales intentará hacer valer lo que el espectador ve en pantalla. De esta manera, un *blockbuster* “se convierte en una promesa de espectacularidad dictada por el conservadurismo, donde la novedad significa el uso de la tecnología porque no existe avance en los temas, el contenido y el estilo.” (Cucco, 2009)

Un ejemplo de promoción de esta película lo encontramos en *Tiburón* que, como ya hemos comentado en apartados anteriores, es considerado el primer *blockbuster* contemporáneo. Lew Wasserman fue el hombre que estaba detrás de este proyecto y hoy en día es considerado el padre del *blockbuster* por el éxito que logró con este título.

Para promover *Tiburón*, se ejecutaron dos tipos de estrategias: los anuncios televisivos y la presencia del filme en los cines. Wasserman fue el iniciador de este vínculo colaborativo entre cine y televisión. Es la estrategia más destacable ya que, por primera vez, la televisión sería usada de forma masiva para publicitar una película. Pero no debemos dejar de lado el hecho de que, por primera vez, una película era estrenada en un abundante número de cines el mismo fin de semana de su estreno. De esta manera, se ponía en marcha un engranaje que todavía funciona a día de hoy.

Paradójicamente, la aparición de la televisión a comienzos de los cincuenta convirtió el hogar en un nuevo lugar de entretenimiento y diversión, cambiando las formas y los lugares de consumo de las películas y generando una crisis en el sector cinematográfico. Sin embargo, este electrodoméstico es el mismo que, años después, ayudaría a propagar, gracias a la publicidad, las películas de Hollywood y, por tanto, a conseguir que los cines volvieran a desarrollar un destacado rol estratégico en la economía del sector. (Gomery, 1992, pág. 126)

3.1. Éxito financiero

Sin lugar a duda, una de las principales características del cine de *blockbuster* es la alta inversión económica que se presta a películas de este tipo. Estas grandes producciones responden a dos tipos de gastos: los “costes del negativo”¹³ y los costes de *marketing* que, con frecuencia, tienden a ser similares aunque, en ocasiones, los “costes del negativo” superan ampliamente a los de *marketing*. Existen dos elementos que justifican este suceso: la tecnología y los recursos humanos.

La tecnología va destinada a la mejora y consecución de los efectos especiales de la película ya que estos tienen el objetivo de distinguir un producto de otro que pueda hacerle competencia. Nos encontramos con que, en lo que respecta a la narrativa del filme, el género queda relegado a un segundo plano anteponiendo la espectacularidad al contenido.

Los efectos especiales han recuperado el consumo de cine en la gran pantalla y, en consecuencia, el sector cinematográfico se inclina por los géneros que mejor toleran la aplicación de estas tecnologías. En palabras de Tom Shone, los *blockbusters* son “un tipo de película [...] a menudo de ciencia-ficción pero no necesariamente; algo relacionado con las película de acción aunque no siempre, pero, definitivamente, no *Kramer versus Kramer*¹⁴ (*Kramer contra Kramer*, Robert Benton, 1979)” (2004, pág. 28).

En general, la audiencia que mejor se adapta a estos géneros son los jóvenes que, desde comienzos de los sesenta, han sido los más inclinados a buscar el ocio fuera de casa. De hecho, si están interesados en una película, irán a verla de inmediato, mientras que un adulto esperará durante semanas e irá al cine sólo después de leer o escuchar buenas críticas sobre la obra. Además, la ciencia-ficción y las películas de acción se benefician de una ventaja de la que otros géneros carecen. Hablamos de una “menor distancia cultural” (Cucco, 2009, pág. 217) frente a mercados extranjeros, dónde se introduzcan con más facilidad. Por el contrario, será más complicado para géneros como el drama o la comedia, cuyo contenido se enfoca en la cultura local, haciendo uso de dialectos, usos y costumbres de un lugar determinado.

Por consiguiente, sería acertado afirmar que el *blockbuster* nació como un “producto trans-

¹³Son los costes netos de producir y hacer una película, con exclusión de los gastos como la distribución y la promoción.

¹⁴Drama familiar en el que un ejecutivo de publicidad es abandonado por su mujer y tiene que hacerse cargo, por primera vez, de su hijo: deberá conquistar el afecto del niño y hacer de padre y madre a la vez, todo ello sin descuidar su carrera profesional.

nacional” (Stringer, 2003, pág. 10), es decir, diseñado para su empleo en el mercado global. Esta idea queda muy perfectamente recogida al afirmar que “no hay nada particularmente americano en barcos que se chocan contra icebergs o asteroides que amenazan con destruir a la humanidad”.

Por otra parte, la segunda causa que origina unos elevados costes de producción son las expensas en recursos humanos, especialmente las del departamento creativo. Estos costes no disminuyen gradualmente con el tiempo, al contrario que la inversión tecnológica que desciende una vez ha sido perfeccionada y el sistema de economía de escala ha sido alcanzado. Encontrar un equipo de recursos humanos es una ardua tarea ya que no todos los creativos son capaces de captar la atención de las audiencias. De hecho, los autores, directores y guionistas de *blockbusters* basan sus decisiones en la habilidad de atraer a un público multitudinario, en lugar de centrarse en lo estrictamente artístico.

Por las razones que acabamos de señalar, un *blockbuster* no puede ser considerado como un producto artístico sino como algo puramente comercial, cuyo único fin es el de producir dinero para cubrir las expensas de aquellos filmes que no cumplen con los requisitos necesarios para convertirse en una película “rompedora” en la taquilla.

Estas películas se conocen como *tent poles* (King, 2002, pág. 86) porque, gracias a sus ingresos, son capaces de dar soporte económico al estudio entero. Esto confirma la teoría de Vogel (Vogel, 1998, pág. 263) que afirma que “hoy en día, la industria del cine tiene que ser capaz de expender sumas económicas que sólo podrán ser recuperadas a largo plazo y, por tanto, sólo las compañías más fuertes del mercado saldrán favorecidas porque serán las únicas capaces de invertir cantidades tan elevadas de dinero.”

El último componente económico de este estilo cinematográfico se encuentra en la habilidad para completar el recibo audiovisual con ingresos por *merchandising*. Estas ganancias, que pueden empezar incluso antes de que el filme sea estrenado, son capaces de aumentar el valor de una película sin demasiado éxito en taquilla o, simplemente, incrementar su éxito.

Steven Spielberg hablaba, en una ocasión, sobre la primera, y última vez, que un estudio rechazó su idea sobre un producto de *merchandising*:

«Era un tiburón de chocolate relleno de jugo de cereza. Cuando mordías el tiburón, la sangre salía, pero era sangre comestible. [...] Ahí es donde tenía la cabeza en 1975. Mi primera experiencia con el *blockbuster*. [...] Es una buena manera para que los niños que no son populares lo sean de manera momentánea, por estar dando apoyo al nuevo pasatiempo

nacional. Durante los primeros días, mientras rodaba *Tiburón*, sentí todo esto como algo sobre lo que no tenía un control. El *blockbuster* no fue creado por el director o la máquina de *marketing* del estudio. El *blockbuster* fue creado por el público en general.»¹⁵ (Steven Spielberg)

En lo que al asunto comercial se refiere, George Lucas fue más avisado que Spielberg, al menos al comienzo. Tal y como cuenta en el documental *Star Wars: El imperio de los sueños*: “Lucas siempre fue un hombre con visión de futuro aunque el estudio no la tuviera porque no sabían que el mundo estaba cambiando. George sabía que el mundo estaba cambiando. Lo cambió él.”¹⁶ Para el director, proteger la calidad y la integridad de su idea era algo fundamental. Una de sus preocupaciones era que otras compañías trataran de comprar los derechos de la película por lo que encontró en el *merchandising* un medio con el cual lograr un fin: conseguir reunir apoyo económico para futuras entregas de *Star Wars* y para otros proyectos importantes.

3.2. *Storytelling*

Para evitar riesgos en taquilla, el *blockbuster* tiene que presentarse al público con una idea simple e inmediata. En este punto, entra en juego la noción de *high concept*, que Justin Wyatt resume como una película que puede ser resumida en una única oración o imagen, lo cual, además, facilita el trabajo al departamento de *marketing*. Puede ser considerado un estilo cinematográfico que apareció en Hollywood tras la Segunda Guerra Mundial, mostrando transformaciones considerables en el patrón de películas clásico como resultado de cambios económicos e institucionales. Este estilo marcó un punto de inflexión entre los *blockbusters* de los años cincuenta y los actuales, que empezarán con el lanzamiento de la película *Tiburón*.

La identidad del *high concept* es simple y fácilmente comunicable ya que está diseñada en torno a los gustos de la audiencia y los estudios de mercado. Sus características principales son la simplificación de los personajes y la narración, además de una precisa relación entre la imagen y el sonido ya que, como hemos explicado en el apartado anterior, los *blockbusters* suelen dar mayor importancia a los efectos especiales que a la narración porque los primeros pueden intensificar la espectacularidad. Pero sin dejar de lado la narración, Yago García afirma que la inmensa recaudación de la película *Tiburón* “se debió, en buena parte, a lo fácil que era resumirla. Cuando un espectador preguntaba a otro de qué iba aquel filme que causaba furor,

¹⁵Shone T., *Blockbuster: How Hollywood learned to stop worrying and love the summer* (Londres: Simon & Schuster, 2004) 36.

¹⁶Comentario del antiguo productor ejecutivo de 20th Century Fox en el documental *Empire of Dreams: The Story of the ‘Star Wars’ Trilogy*, dirigida por Edith Beker y Kevin Burns (Estados Unidos; Prometheus Entertainment / Fox Television Studios / Lucasfilm: 2004).

se encontraba con la sencilla respuesta: «De un tiburón que se come a la gente» (El País, 2012).

Otro de los elementos añadidos con la teoría del *high concept* es la importancia que tiene la imagen, no sólo en pantalla sino como resumen de la película. Por ejemplo, el póster publicitario de *Tiburón* que permite a los cinéfilos anticipar sensaciones que les va a provocar la película como el miedo o el contraste entre la naturaleza humana y la animal (FIGURA 1a). Lo mismo ocurre con el cartel de *Independence Day* (Roland Emmerich, 1996), en el que una nave espacial flota sobre una ciudad americana y nos aporta la idea de una posible amenaza alienígena (FIGURA 1b).



FIGURA 1: Carteles publicitarios de las películas *Jaws* (1975) y *Independence Day* (1996).

Pero además de la imagen, el sonido y, más concretamente, la música, también es un elemento fundamental de este tipo de películas. Encontramos grandes ejemplos de ello en películas como *Armageddon* (Michael Bay, 1998), *Titanic* (James Cameron, 1997) y todas las que componen la saga de *Indiana Jones* (Steven Spielberg, 1981;1984;1989), Todas estas características del *high concept* muestran como el nuevo estilo cinematográfico que apareció a mitad de los setenta está principalmente orientado al mercado y su fácil implantación en ambos mercados, tanto el nacional como el extranjero. No obstante, la sencillez narrativa con la que nos obsequian los

guiones de estas películas no es adversaria de la espectacularidad que pueden ofrecer. Todo lo contrario, esto es un factor que reduce la incertidumbre del primer fin de semana en taquilla.

Por último, existe un elemento más que juega un rol importante en el mundo del *blockbuster*: se trata de la tendencia a producir secuelas, “precuelas” y *remakes*. Con frecuencia, estos filmes toman prestado el contenido de productos ya conocidos y establecidos en el mercado como novelas, cómics, series de televisión o videojuegos. Estamos ante un nuevo producto fabricado a partir de historias o personajes que el público ya conoce y, de esta manera, la industria se asegura de garantizarse un cierto éxito en el filme.

Hace unos años, el segundo episodio de una película podía generar entre un 50 y un 70 por ciento de ingresos en comparación con el original, y una tercera tan solo el 40 por ciento (*Anejo 3*). Ahora, el número de películas registradas a principios de los años 2000 dan la vuelta a estos datos. Las secuelas de *El señor de los anillos*, *Spider-Man* o *Piratas del Caribe* están probando que la “serialidad” puede generar potentes ganancias y crear unas audiencias leales que aseguran el éxito a productores y distribuidores.

Estas son los mejores títulos para publicitar, para incrementar ingresos en pocas semanas y, en definitiva, para reducir los riesgos de fracaso en un estudio que ha invertido una cuantiosa suma asegurándose, de esta manera, el éxito. Además de estas películas, se debe recordar a los actores y actrices que hacen posible que la historia se desarrolle. Las estrellas de cine también tienen un papel en el *high concept*, aunque su impacto puede no ser tan perdurable como el de un filme. Aun así, sus nombres pueden llegar a ser asociados con géneros concretos. Un ejemplo de ello es Johnny Depp, cuyo nombre inmediatamente nos evoca el de un afamado director de películas de género principalmente fantástico: Tim Burton.

3.3. El momento oportuno

El concepto del “primer fin de semana de taquilla” no debe pasar desapercibido. Hoy en día, esta estrategia es uno de los instrumentos creados para reducir el nivel de incertidumbre cuando llegue el estreno del filme. Entendemos por el primer fin de semana en taquilla, el lanzamiento simultáneo de una misma película en numerosas salas de cine el primer fin de semana de su proyección.

Desde los orígenes de la industria cinematográfica, la estrategia de distribución de un fil-

me ha seguido una estructura jerárquica: primero, la película era estrenada en los cines de las ciudades más importantes, después, en los cines secundarios y, finalmente, se desplazaban gradualmente hacia los cines de la periferia. Este proceso solía tener una duración aproximada de un año. Hoy en día, esto ha cambiado debido a la introducción de nuevos canales de distribución y a los *blockbusters*: la primera proyección ha incrementado en importancia, mientras que las posteriores han sido absorbidas o eliminadas por esta primera.

En la actualidad, la estrategia adoptada por los *blockbusters* es la de proyectar una película en todas las salas de cine que sea posible durante el primer fin de semana de su estreno. Las razones son diversas y todas se fundamentan en la historia del cine reciente y, en especial, en el año 1975, cuando el estreno de *Tiburón* enseñó tres lecciones a la industria: el rol central de la publicidad para garantizarse el éxito del filme, la capacidad de la televisión para publicitar una obra y conseguir que los espectadores quieran ir a verla y, por último, la importancia del primer fin de semana del estreno, considerado el momento más crítico en el ciclo de vida de un producto taquillero. (Cucco, 2009)

David Brown¹⁷ comentaba en una ocasión:

«*Tiburón* despertó la conciencia del público. Las películas solían ser una experiencia solitaria. Te sentabas en la oscuridad, solo, no importaba de cuanta gente estabas rodeado. Pero con *Tiburón*, la gente comenzó a hablarle a la película y a aplaudir las sombras. A una pantalla que no podía escucharlos. La sola idea de aplaudir una película habría sido absurda en los años veinte y los treinta. . . Zanuck y yo podíamos pasear al lado de un cine y saber qué rollo estaban proyectando por los sonidos que salían de la sala. Esa fue una nueva experiencia. La participación de la audiencia. Creo que la palabra es “interactividad”.»¹⁸ (David Brown)

Una película es considerada como una mercancía experimental porque es imposible conocer sus cualidades y beneficios antes de su consumo. Esta característica vuelve cuidadosos a muchos espectadores que prefieren escuchar las opiniones de sus amigos o las críticas de revistas o webs especializadas antes de ir al cine.

No obstante, la industria del *blockbuster* confía plenamente en su estrategia. El sistema está configurado de tal manera que, por un lado, los productores poseen un elevado presupuesto que les permite realizar las campañas de *marketing* convenientes y, por otro lado, los distribuidores se encargan de anticipar los datos negativos de taquilla para, así, modificarlos y convertir la película en un producto por el que merece la pena pagar.

¹⁷Productor de cine estadounidense.

¹⁸Shone T., *Blockbuster: How Hollywood learned to stop worrying and love the summer* (Londres: Simon & Schuster, 2004) 36-37.

4. Análisis de *La guerra de las galaxias*

Como ya hemos visto en apartados anteriores, los convulsos años setenta traen consigo ciertos elementos que influenciarán de manera decisiva en las formas de exhibición cinematográfica. La degradada y convulsa situación social y política en Estados Unidos: Vietnam, Cuba, la Guerra Fría, el asesinato de Kennedy, la crisis económica o los conflictos raciales y sociales marcaron el cine de la época.

Sobre esta base se comienza a forjar, en la mente de un joven cineasta, una historia que, a pesar de suceder “hace mucho tiempo y en una galaxia muy, muy lejana” a la nuestra, iba a convertirse en todo un fenómeno de masas dentro de una audiencia necesitada de una inyección inmediata de esperanza.

4.1. George Lucas: el visionario de la ciencia-ficción

«Cuando fui a la escuela de cine de la USC no sabía prácticamente nada sobre películas. Teníamos un par de cines en Modesto, donde crecí, pero aparte de aquello mis descubrimientos eran muy limitados. [...] Tan pronto como aprendí el oficio y el negocio del cine, me enamoré de todo el proceso. Era una carrera que combinaba mi interés por el arte y la fotografía con mi pasión por contar historias y temas sociales.»¹⁹ (George Lucas)

Estas palabras dan cuenta de cómo fueron los primeros pasos del afamado director. La generación a la que pertenece George Lucas es la generación de los “hijos de la televisión”, que, como ya hemos visto en el primer apartado, se encargó de poner al cine contra las cuerdas arrojada por los cambios de comportamiento social derivados de la nueva etapa de abundancia económica generada por la victoria americana durante la Segunda Guerra Mundial.

La televisión se convirtió en el epicentro del interés de Lucas desde la infancia. Pasó mucho tiempo ampliando su imaginación frente a la pequeña pantalla con las peripecias de Flash Gordon, Supermán y Buck Rogers, los nuevos héroes del prodigioso electrodoméstico. También formarían parte de este crisol de influencias series de tipo western como *Perry Mason* (Erle Stanley Gardner, 1957) o *La ley del revólver* (Gunsmoke, 1955).

La ciencia-ficción siempre ha estado ligada al cine “de culto”, especialmente desde los años cincuenta y sesenta, momento en el que el género fantástico alcanzó su mayor repercusión. La Guerra Fría y la amenaza atómica dieron lugar a obras con afán filosófico y político, que pronto acogerían al pequeño ejército de fieles seguidores que no dudarían en hacerles un lugar en su

¹⁹Alex B. B. y Lucy A., *George Lucas's Blockbusting: A decade-by-decade survey of timeless movies including untold secrets of their financial and cultural success* (Nueva York: It Books, 2010), v.

filmoteca privada. Estamos hablando de títulos como *El increíble hombre menguante* (*The Incredible Shrinking Man*, Jack Arnold, 1957), que terminaba con una intensa y original reflexión acerca del sentido de la existencia, y *La invasión de los ladrones de cuerpos*, película que hemos citado anteriormente. Estas y otras muchas obras del mismo género se incluirían en el basto acervo cinematográfico oculto tras las fábulas de George Lucas.

Sin embargo, Lucas no descubriría de inmediato todo este tesoro de influencias visuales. Sería tras ingresar en la escuela de cine de la Universidad del Sur de California, estudios que comenzó intrigado por la posibilidad de utilizar imágenes para contar historias, cuando muchas de estas películas se incorporaron a su lista de repertorios cinematográficos.

De su afán por la experimentación y las técnicas visuales surgió, en 1967, el primer cortometraje dirigido por él mismo: *THX 1138 4EB*, una obra enmarcada dentro del género de la ciencia-ficción que trataría las utopías negativas del futuro. Este trabajo constituyó el primer intento de Lucas por poner los ordenadores al servicio de los efectos especiales.

Gracias a los premios y el interés que despertaban sus creaciones, George Lucas consiguió entrar en un programa de becarios de la Warner Bros, lugar en el que conocería a una de las personalidades más influyentes no sólo en su vida personal sino también en la vida cinematográfica: Francis Ford Coppola. El joven cineasta empezaría trabajando como asistente de Coppola y acabaría siendo vicepresidente de la American Zoetrope, una compañía que pretendía ser “una factoría de producción de cine donde la creatividad de nuevos talentos podría contar con un lugar donde desarrollarse.” (Juan Payán, 1999, pág 62)

La relación entre Lucas y Coppola siempre fue una combinación de amistad y rivalidad. Sin embargo, este trato entre maestro y alumno también aportaba muchos beneficios en ambos sentidos. De esta manera, la American Zoetrope (en colaboración con la Warner Brothers) decidió financiar el primer largometraje de Lucas: *THX: 1138*. El argumento, rescatado del corto con título similar que Lucas rodó unos años atrás, trataría temas con una profunda crítica social desde la perspectiva de la ciencia-ficción. Posiblemente, la combinación entre este género y la crítica social fue el motivo por el que los productores de la Warner no la consideraron una buena opción y la película no tuvo la acogida deseada al comienzo de su gestación. No obstante, *THX* se ha situado como una de las películas de “culto” entre los aficionados a la ciencia-ficción.

Tras el fracaso de *THX*, el director tenía la firme vocación de conseguir una película capaz de responder en la taquilla. De esta necesidad de conectar con el público nació *American graffiti* (George Lucas, 1973), “la película que hizo posible *La guerra de las galaxias*”²⁰. En ella, Lucas consiguió unir sus inquietudes personales con la habilidad para comunicarse con el público, de manera que este largometraje es al mismo tiempo un proyecto personal del autor y el primer contacto con los mecanismos para capturar al público.

De esta manera, el director consiguió borrar de su carrera el recuerdo de su primer fracaso, pero *American graffiti* sólo era el prólogo para la gran aventura de su vida como cineasta: *La guerra de las galaxias*.

4.2. El legado de George Lucas

La primera de las obras de esta saga fue estrenada bajo el título original de *Star Wars*, a pesar de que tras el estreno de la secuela de 1981 se optó por cambiar el nombre por el de *Star Wars. Episode IV: A New Hope*. Además, cabe puntualizar que el *film* fue concebido con un guión cerrado, es decir, George Lucas no tenía intención de realizar una segunda parte, y mucho menos extenderse a lo largo de dos “precuelas” y, posteriormente, tres títulos más.

Newt Gringrich²¹ afirmaba en una entrevista para el documental *Star Wars: The legacy revealed* (*Star Wars: El legado*, Kevin Burns, 2007) que, durante la década en la que *Star Wars* fue llevada a la gran pantalla, Estados Unidos era “un país desesperado en busca de un cambio real” y que “con la llegada de *Star Wars* se revalorizó la base de su mitología”.

En una entrevista en la que se le preguntaba a George Lucas qué quería contar con su obra, éste contestó:

«Simplemente deseaba crear una nueva mitología. Por eso me puse a hacer películas. El último mito moderno que ha producido nuestra sociedad es el *western* de Hollywood. Pero incluso éste se desvaneció en los años sesenta, cuando la rebelión y el realismo eran más importantes que la conquista del Oeste. Vi con claridad que el nuevo mito tenía que surgir en el espacio. El universo es la nueva frontera con la que chocamos.»²² (George Lucas)

Es por esto que, con *Star Wars*, nos encontramos frente a una obra audiovisual que plasma un gran número de arquetipos y argumentos mitológicos. Pese a la complejidad que esto pueda suponer, el mensaje final de la película se puede resumir en una idea sencilla a la par que breve: existe el Bien y existe el Mal y éste debe ser derrotado.

²⁰Fitzpatrick, K. (1996). *American Graffiti: George Lucas' First Blockbuster*. Vol. 30 Revista *Star Wars Insider*.

²¹Político estadounidense, presidente de la Cámara de los Representantes (1995-1999).

²²“George Lucas: «Hago cine para crear una nueva mitología.»” *Muy Interesante* (agosto 1999).

4.2.1. Argumentos universales en la narrativa galáctica

La saga *Star Wars* nos presenta un mundo ambientado en una remota galaxia repleta de escenarios y seres vivos producto de una imaginación desbordante. Pero bajo su corteza también encontramos las citas de diferentes autores, homenajes directos e indirectos a mitos y cineastas del pasado así como personajes cuyos destinos son fruto de la afición de Lucas por los cómics. A todo ello se suman temas tan universales como la filosofía, la historia, la mitología e incluso la religión. En palabras de Dan Rather²³ “*lo que Star Wars hace es actualizar esos temas y así atraer a una nueva generación*”.

La mitología juega un papel fundamental en la saga de George Lucas. Su principal rol es el de actuar como elemento moralizador en la narración, es decir, son historias que enseñan al público modelos de comportamiento cívico. Esta afirmación se fundamenta en que los mitos provienen de las religiones de la Edad Antigua, por lo que, además de enseñar pautas morales y de comportamiento, también constituyen una herramienta necesaria con la que tratar de dar un sentido al Universo.

Todos los mitos son relatos de una naturaleza especial. No son historias realistas, de personas que hacen cosas ordinarias en un mundo corriente. La mayor parte de los mitos se sitúa en un contexto espacio-tiempo que distan de los conceptos de espacio-tiempo que el ser humano concibe.

Carl Jung²⁴ hablaba de las “verdades psicológicas del mito”, afirmando que existían una serie de arquetipos universales que pertenecían al inconsciente colectivo, incluso entre personas de diferentes culturas. Estos mitos eran considerados universales y necesarios para la salud de la psique humana. Aseguraba que necesitamos las historias que transmiten los mitos para encontrar sentido a la confusión de nuestra sociedad y de nuestra mente. Jung creía que los mitos expresan las verdades de nuestro subconsciente, y que los dioses, las diosas y los héroes que los protagonizan encarnan aspectos de la creatividad, inteligencia, dolor, alegría, agresividad y éxtasis.

A partir del grave accidente de circulación que Lucas tuvo en 1962, el director comenzó a interesarse por textos filosóficos y antropológicos que, a largo plazo, tendrían una gran reper-

²³Periodista americano, antiguo presentador de la *CBS Evening News*. (documental)

²⁴Carl Gustav Jung fue un psicólogo y psiquiatra suizo.

cusión en su carrera. Sin lugar a dudas, *The hero with a thousand faces*²⁵ (1949) de Joseph Campbell, fue la obra que plantó los cimientos del guión de la película de Lucas. Campbell, retomando las ideas de Carl Jung, aseguraba que el mito es una metáfora de la experiencia de la vida y en su obra expuso “cómo los diferentes héroes y mitos de todas las civilizaciones se basarían en realidad en un trasfondo similar que él denominó «El Viaje del Héroe»”. (González Laiz, 2006, pág. 87)

“El Viaje del Héroe” es un relato concebido como la más común de las formas encontradas en las historias mitológicas. Acorde con Campbell, el héroe suele pasar a través de ciclos o aventuras similares en todas las culturas, las cuales le conducirán a cumplir con su gran tarea o dar con el “tesoro” difícil de encontrar. Su similitud con diversas historias no es complicada de constatar. Es suficiente con que indagemos en el panorama audiovisual de hace unos años para encontrar una gran cantidad de títulos que basan su argumento en esta estructura narrativa. Trilogías como la de *El señor de los anillos*²⁶ (*The Lord of the Rings*, Peter Jackson, 2001; 2002; 2003) o *El hobbit*²⁷ (*The Hobbit*, Peter Jackson, 2012; 2013) y series de televisión como *Juego de tronos*²⁸ (*Game of Thrones*, David Benioff, 2011) son algunos de los ejemplos más actuales que se sirven de este argumento universal.

Volviendo la mirada hacia lo que nos ocupa, “El Viaje del Héroe” en *Star Wars* es el viaje de sus dos personajes principales, Anakin Skywalker y su hijo Luke, y de la transformación de los mismos de un “adulto joven” en un “adulto completo”. Ambos serán llamados a una aventura y ambos sufrirán en primera persona las difíciles pruebas a las que serán sometidos durante el viaje con las que lidiarán amparados bajo la protección del mentor y de sus amigos y aliados. Al final de su aventura, ambos personajes serán atraídos a una lucha entre el Bien y el Mal, en la que deberán tomar parte y optar por uno de los dos bandos. Para Anakin, este viaje tendrá un carácter trágico, ya que sus decisiones y su carácter terminarán por llevarlo del camino del héroe al del Lado Oscuro. Para Luke, este será un viaje cuyo objetivo final consistirá en redimir a su padre.

Según Campbell, “El Viaje del Héroe” se conforma de tres etapas (**Anejo 2**): la partida, la iniciación y el regreso. El héroe deberá ser capaz de pasar por todas ellas hasta llegar a participar de los dos mundos, el de las luces y el de las sombras, que según él forman parte de la

²⁵Campbell, J, *El héroe de las mil caras* (México: Fondo de Cultura Económica, 1959).

²⁶Adaptación de la novela de título original *The Lord of the Rings* escrita por J.R.R. Tolkien.

²⁷Adaptación de la novela de título original *The Hobbit* escrita por J.R.R. Tolkien.

²⁸Adaptación de la saga literaria de título original *A Song of Ice and Fire* escrita por George R.R. Martin.

misma realidad. Sin embargo, para alcanzar ese estado y decantarse por uno de los dos mundos, el héroe deberá de sortear y enfrentarse a numerosos retos, adquiriendo con ellos una mayor experiencia y conocimiento sobre él mismo y la realidad que lo rodea. Cada etapa está compuesta por diversas partes que pueden estar presentes o no y pueden variar su orden dependiendo de la encarnación del monomito²⁹.

Como toda aventura, la del joven protagonista, Luke Skywalker, también comenzará con una llamada, un toque de atención que, tanto para el propio Luke como para nosotros los espectadores, supondrá un alejamiento de la comodidad que nos rodea y que pondrá en una encrucijada al héroe. En este momento tendrá que decidir si aceptar la llamada o conformarse con la rutinaria vida que ha llevado hasta el momento. Existe la posibilidad de rechazar el llamado y, al fin y al cabo, Luke no es más que un niño abordado por algo que es mucho más grande que él. Pero habrá un detonante, el asesinato de sus tíos, que le cambiará la vida para siempre.

Desde este punto, nos sumergimos en un viaje con dos propósitos: de un lado, se trata de reflejar lo que para el personaje principal va a significar este viaje y de otro, las conexiones que el espectador va a ir haciendo junto con él a lo largo de su aventura. Dichas conexiones lograrán que se cree un vínculo entre el público y el héroe, su historia y el particular mundo que lo rodea.

Empezaremos este viaje hablando de la figura de su protagonista principal: el héroe, Luke Skywalker. Es un héroe mítico ya que, al igual que muchos otros predecesores del género como el rey Arturo o Dorothy en *El mago de Oz*, inicia su aventura de una manera tímida y algo insegura. Sin embargo, al igual que los arriba citados, poco a poco evoluciona hasta convertirse en un personaje extraordinario capaz de realizar cualquier tarea que se interponga en la consecución de su objetivo.

Al principio, resulta fácil identificarnos con este tipo de individuos ya que son un espejo de las propias inseguridades de cualquier ser humano. En el caso de Luke, su extraordinario destino lo conduce a librar una lucha contra el Mal en la que deberá enfrentarse a su propio padre. Esta lucha entre padre-hijo es un argumento muy común en la mitología griega: Zeus obtiene su poder de luchar contra su padre, y su padre ha de luchar contra el suyo antes que éste.

La formación religiosa que Lucas recibió de joven también juega un papel influyente en la

²⁹Mito único. Término acuñado por el antropólogo y mitólogo estadounidense Joseph Campbell para definir el modelo básico de muchos relatos épicos de todo el mundo.

película. La religión se deja entrever en muchos momentos. Si continuamos con la estrecha relación padre-hijo entre Vader y Luke advertimos que este último estará pagando durante mucho tiempo el mal que hizo su padre. De la misma manera, la Biblia habla de “los pecados del padre que caerán sobre los hijos y los hijos de hasta la tercera y cuarta generación” (Éxodo 20:5). Lucas afirmó en una ocasión: “*He intentado decir de manera muy simple que hay un Dios, y un lado bueno y un lado malo, y tienes que escoger entre los dos, pero el mundo funciona mejor si estás en el lado bueno.*” En la saga, Anakin es mutilado al igual que su hijo después de él. Finalmente, todo el mal que su padre ha hecho recae en Luke y éste aprende a aceptar que forma parte de la familia y que no debe cometer los mismos errores que su padre por lo que se acabará convirtiendo en un adulto más maduro y responsable.

La madurez que adquiere el protagonista de nuestra historia no sólo va ligada al aprendizaje adquirido por su tragedia personal sino también a una figura imprescindible en su camino a la vida adulta. Se trata de la figura del mentor, que desempeñará las funciones de mago, sacerdote y padre adoptivo. Ofrecerá una guía filosófica y espiritual al héroe y lo aconsejará en momentos de confusión.

En el caso de *Star Wars*, esta figura se pone de manifiesto en la mítica orden de los *Jedis*. Obi-Wan Kenobi, junto con Yoda, serán los encargados de enseñarle a Luke una de las cuestiones más importantes del universo que habitan. Hablamos de la Fuerza, el elemento que da sentido a la vida en el mundo creado por George Lucas. En palabras de Obi Wan: “*la fuerza es lo que da el poder a los Jedi. Es un campo de energía creado por todos los seres vivos. Nos rodea, nos penetra y mantiene la galaxia unida.*” La Fuerza puede ser considerada un concepto muy amplio y válido para personas de cualquier afiliación religiosa que pueden llegar a sentirse identificadas con ella. Esto, unido a las demás referencias espirituales, puede conferir a la obra de ese halo de ritualidad que citábamos en el apartado de las *cult movies*. El ceremonial litúrgico que se producía cuando el selecto público de estas películas acudía a las salas durante las programaciones *midnight* es muy similar al acontecido con la obra de Lucas durante su visionado.

Sin dejar de lado la orden Jedi, merece la pena mencionar las múltiples referencias que Lucas tomó prestadas de la cultura japonesa, especialmente de uno de sus máximos exponentes cinematográficos: Akira Kurosawa. El término Jedi proviene del género teatral de las *Jidai-geki* (“teatro de época”), un género que Kurosawa se encargaría de adaptar en muchas de sus obras, como ahora *Rashomon* (1950) o *The Hidden Fortress* (*La fortaleza escondida*, 1958). Lucas

acertó al combinar las artes marciales con el uso de espadas láser y el poder de la Fuerza. Bruce Lee era un actor muy popular en aquella década y su éxito traspasaba fronteras por lo que sus artes tenían un gran número de seguidores. Por último, no podemos dejar de mencionar una de las imborrables aportaciones del director japonés a la obra de Lucas: las cortinillas de transición, que hoy en día se han convertido en todo un símbolo que ni siquiera la trilogía moderna ha podido ignorar.

Además del mentor, encontramos diversos compañeros de viaje que estarán al lado del héroe mientras éste pelea en la batalla del Bien contra el Mal. Sin la ayuda de estos personajes, el desenlace de la historia no sería el mismo. Hablamos de los amigos del héroe, personajes arquetípicos que nos recuerdan a otros tan simbólicos como el espantapájaros, el león y el hombre de hojalata de *The Wizard of Oz* (*El mago de Oz*, Victor Fleming, 1939) o a la compañía del anillo de la trilogía de *El señor de los anillos*. Junto al héroe, formarán parte de un equipo que deberá funcionar pero que, al mismo tiempo, también cometerá atrevidos fallos. Compartirán un objetivo común y se ayudarán mutuamente para lograrlo, unidos por lazos de amistad.

En el filme, este equipo lo conformarán Han Solo y Leia Skywalker. El primero, un arquetipo clásico del “pirata mercenario” que, poco a poco, se irá transformando en guerrero. Al principio, se mostrará reticente a ayudar y unirse al equipo y en un punto su motivación será lograr un retorno de inversión económico. Finalmente, será una pieza indispensable. Por una parte, jugará el papel del Guerrero, demostrando su habilidad para luchar cuando haga falta en defensa propia y de los demás y arriesgando su vida para proteger a los débiles de cualquier peligro. Este giro argumental se debe a la inclusión en la trama de un personaje que asumirá el arquetipo de la Doncella en apuros, si bien éste sólo se mantendrá el tiempo que tardan en rescatarla.

Hablamos de Leia Skywalker, cuyo personaje no fue creado por Lucas con la intención de representar la figura de “mujer débil” que necesita de una imagen masculina para estar completa. Al contrario, *Star Wars* se caracteriza por ser una película en la que mujeres protagonistas son también guerreras y con una personalidad fuerte y luchadora, capaces de defenderse solas y de ejercer de líderes del grupo que acude a rescatarlas. Este hecho concuerda con el contexto histórico de la época de Lucas, por ello, crea un personaje femenino inconformista e independiente. Leia será la que interprete, junto a Han Solo, el rol de los Amantes. Ésta será una “proyección del arquetipo de Afrodita”, una mujer que “sabe transformarse y posee un magnetismo personal” que conseguirá que Solo “se sienta arrastrado hacia su belleza, no sólo física

sino espiritual”.³⁰

Uno de los aspectos en los que este filme fue especialmente innovador, fue en el tratamiento de los robots con personalidad y emociones. Existen dos figuras icónicas en la saga, R2D2 y C3PO, cuya capacidad de tener emociones los ayuda a planificarse y a tomar decisiones. Pueden llegar a lograr que muchos de los que los ven en la pantalla se logren identificar con ellos, ya que restan dramatismo a la historia y la acercan al espectador. Cabe, por tanto, destacar el rol humorístico que desempeñan durante la película, que se convierte en algo esencial ya que no sólo tranquilizarán al héroe a lo largo del viaje sino que también crearán un ambiente de distensión entre el público en mitad de la preocupación provocada por la intensidad de la historia.

Sobre la base de las ideas expuestas queda clara una idea: el universo de *Star Wars* lo conforman unos personajes que pertenecen al “lado amable” de la historia. Pero como en todo Viaje, el héroe se debe de enfrentar a los peligros que conlleva el cumplimiento de... En este punto regresamos a la idea espiritual de que existe un Bien que debe triunfar sobre el Mal. El elemento opuesto de esta narración lo conformará el Lado Oscuro de la Fuerza que se verá personificado en la figura de Darth Vader en el arquetipo de Villano. El propio nombre del personaje podría ser traducido por “Padre Oscuro”, de manera casi literal del alemán (Vater) o del inglés (Dark Father), anticipando así el futuro que Lucas le vaticinaba al personaje.

Vader es, sin duda alguna, una de las figuras más reconocibles de la historia del cine hoy por hoy. Es la encarnación del Mal, un emblema visual, el claro ejemplo de uno de los lemas más importantes de la película: “*El miedo lleva a la ira, la ira lleva al sufrimiento y el sufrimiento lleva al Lado Oscuro*”. Desde el punto de vista visual, la armadura negra de Vader y su capa contrastan con el immaculado blanco de las propias tropas imperiales y, además, evocan tanto a Drácula como a Fantomas, ambos mitos cinematográficos de los años treinta.

El Villano es siempre un personaje que discurre por el filo de la navaja, confundándose a veces con el arquetipo del Vengador o del Héroe mítico. Por ello, debemos ahondar en su psicología para descubrir sus verdaderas intenciones. En el caso de Vader, es un agente que actúa para afianzar sus propios intereses: el triunfo del Imperio galáctico y la conversión de su hijo Luke al lado de los Sith. Al final, Vader será consciente de que la motivación que lo guiaba no había sido nunca la correcta y que su sistema de valores se desmoronaba hasta el punto de ser

³⁰Freyman, R y Chemor, B. Etcétera: Para entender los medios (2011). *El arquetipo de la amante*. Recuperado de http://www.etcetera.com.mx/articulo/el_arquetipo_de_la_amante/9415/

redimido por su propio hijo instantes antes de morir.

En conclusión, de lo anteriormente expuesto podemos garantizar que uno de los factores del éxito de la saga galáctica radica en la adaptación y la actualización de los mitos clásicos que toda cultura ha conocido. Lucas consiguió construir un cuento moderno nada superficial y de valor universal respondiendo además a la “súplica” de Campbell por reinterpretar y modernizar, de alguna manera, los mitos de los que hablaba en su libro. A modo de dato anecdótico, resulta extraordinario que ambos se convirtieran en grandes amigos tras el estreno de la película y que Lucas llegará a llamar a Campbell “su propio Yoda”. (*ibid.*, pág. 89)

4.2.2. *Star Wars*: pre-producción, producción y post-producción

Star Wars es un homenaje de George Lucas a las películas de su infancia y, cómo tal, pretendía seguir el clasicismo cinematográfico que éstas le evocaban. Por esta razón, el filme se sirve de composiciones sencillas y equilibradas donde los planos generales son descriptivos, los planos medios o tres cuartos se emplean en los diálogos y las angulaciones picadas y contrapicadas refuerzan la fragilidad o la amenaza de los personajes.

Si a esto le sumamos que la iluminación de los diferentes escenarios casi siempre es neutra para facilitar la visibilidad de la acción, podemos sacar como conclusión que Lucas no pretendía crear una planificación arriesgada sino que, paradójicamente, creó su propia productora³¹ para poder hacer una película “clásica”, integrada en la industria de Hollywood de la que siempre había huido.

En 1975, George Lucas fundó la *Industrial, Light and Magic* (ILM), propiedad de LucasFilm Ltd., una empresa cuyo objetivo sería dedicarse a crear y desarrollar efectos especiales para sus películas. En aquella época, no existían las empresas de éste tipo y el departamento de efectos especiales había desaparecido de los estudios debido a los gastos que generaba y al gusto del público americano, que ahora optaba por películas muy realistas.

El método de trabajar de la ILM era diferente al que seguía la maquinaria del sistema hollywoodiense. Ellos tenían normas de sindicatos estrictas mientras que los empleados de la ILM conocían múltiples facetas y trabajaban en técnicas diferentes.

³¹Hablamos de LucasFilm Ltd., fundada en 1971 en California, Estados Unidos.

El supervisor de la empresa era John Dykstra, un cámara de efectos visuales que ya había trabajado en otras producciones del mismo género, y que se tuvo que enfrentar a múltiples adversidades y experimentar con diferentes métodos para conseguir el producto que hoy en día conocemos.

Entre otras técnicas, Dykstra utilizó el concepto clásico de control del movimiento para duplicar movimientos de cámara mediante más de un paso, con el fin de generar elementos múltiples de la película. A modo de experimento, lo trasladaron a un ordenador, que entonces eran microprocesadores personalizados. Los ordenadores no existían ni se podían comprar por lo que tenían que construirlos desde el principio.

Al mismo tiempo que se construía el sistema de cámaras, otro equipo se encargaba de montar maquetas de naves y efectuar ingeniosos trucajes. Eran prototipos hechos con cartón y piezas sueltas. La inspiración de los artistas surgía de los escasos diseños que el brillante dibujante, Ralph McQuarrie, había realizado para vender la película a los productores, algunos bocetos de Joe Johnson, director artístico de efectos visuales, o de lo que Lucas pudiera aportar.

Los *storyboards* eran incapaces de registrar el movimiento de escenas como las de los combates aéreos por lo que Lucas recopiló combates de películas bélicas antiguas para inspirar al equipo. Era una especie de animación que, hoy en día, se llevaría a cabo con un ordenador pero que, ante la escasez de recursos informáticos de la época, debían afrontar con la máxima creatividad posible. El propio Lucas reconoció que había esperado hasta 1999 para iniciar su nueva trilogía, pues necesitaba de avances informáticos y tecnológicos que hasta entonces no se habían alcanzado. (González Laiz, 2006, pág. 80)

No existían muchas influencias externas y el equipo trabajaba con la experiencia adquirida durante su formación y con la imaginación desbordante que poseía. Éste es, sin lugar a dudas, uno de los grandes méritos que se debe otorgar al filme y que tampoco pasó desapercibido por la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas, que lo premió con la estatuilla a los mejores efectos visuales.

Como podemos comprobar, el trabajo en la nave de ILM no era una tarea sencilla. No obstante, esta no fue la única dificultad a la que George Lucas tuvo que hacer frente. El rodaje de *Star Wars* se convirtió en una pesadilla para el joven director, que atribuía gran parte de la

culpa a la falta de presupuesto.

Durante la grabación en una de las localizaciones en el desierto de Túnez tuvieron que lidiar con el sofocante calor, las inundaciones provocadas por las lluvias torrenciales, multitud de accesorios defectuosos y averías electrónicas. Además, el rodaje en los estudios londinenses de Elstree tampoco estuvo exento de problemática: el sindicato les obligaba a terminar el rodaje más pronto de lo estipulado, por lo que el plan de rodaje se fue retrasando cada día más. Por último, el equipo no estaba motivado con la idea de estar rodando una película “para niños”, aunque la intención de Lucas no fuera ésta en ningún momento: lo que trataba de hacer era “un intento por estimular lo que nos queda de niños como espectadores (no una película para público infantil, como algunos pretendieron y quedó desmentido posteriormente por la evolución de la saga en las dos entregas posteriores)” (Juan Payán, 1999, pág. 28).

Tras el escabroso rodaje, Lucas tuvo que ponerse rápidamente a lidiar con el montaje de la película. Las escenas pecaban de tener poco ritmo a pesar de que los actores reconocieron en más de una ocasión que la frase favorita del director cada vez que cortaban plano era “Hacedlo otra vez. Más rápido y con más intensidad.”

En realidad, el montaje de *Star Wars*, al igual que su dirección, es aparentemente sencillo. Se trató de crear un ritmo lo más natural posible, tratando de que los actores dictaran los cortes en lugar de que los cortes fueran los que marcaran el ritmo de las escenas.

Las cortinillas son un elemento clásico rescatado por Lucas para su obra. Se utilizan para viajar de un planeta a otro, como elipsis temporal o sugiriendo significados añadidos. Podemos encontrar más de treinta a lo largo de toda la película y, a pesar del excesivo uso, Lucas quedó muy satisfecho del homenaje al cine clásico, tanto así que continuó usándolas a lo largo de los posteriores títulos.

Si el rodaje había sido dificultoso, los efectos de la ILM no ayudaron a mejorar la situación. Los técnicos se esforzaban por crear efectos que no se habían hecho antes, por lo que no existía ningún referente al que acudir. Esto complicaba mucho la situación ya que, además, se había gastado más de la mitad del presupuesto en planos que no eran admisibles.

Pero si en lo que respecta a la imagen todo habían sido disgustos y preocupaciones, la pro-

ducción del ambiente sonoro fue costosa pero no presentó ningún inconveniente.

Ben Burtt fue el encargado de dar vida a todo un universo de monstruos, androides y sonidos de otra galaxia. Le costó un año compilar todo tipo de audios para cosas inexistentes en nuestro planeta. Lo hizo aplicando un nuevo concepto introducido por George Lucas al que bautizarían como “banda sonora orgánica” (Whittington, 2007, pág.101), en oposición a sonidos electrónicos y artificiales. Burtt reconoció que “la cosa más básica que hacía en estas películas [*Star Wars* y sus secuelas] era crear algo que sonara creíble para todo el mundo, porque estaba compuesta de cosas familiares que puedes reconocer inmediatamente” (*ibid.*, pág. 104).

En cierto modo, estableció credibilidad para un efecto encontrando referencias en sonidos familiares y uniéndolos al imaginario colectivo. Desde sonidos de animales salvajes para crear la “voz” del mítico Chewbacca hasta la voz del propio Burtt imitando sonidos de niño pequeño mezclados con un sintetizador electrónico. Para la voz de C3PO decidieron mantener la del propio actor. Todo lo contrario ocurrió con el villano Darth Vader, para el que eligieron la voz profunda de James Earl Jones³² dejando de lado la del indignado actor que se encargaba de darle vida al personaje, David Prowse.

Finalmente, en lo que respecta a la banda sonora original de la película, John Williams³³ tenía la responsabilidad de componer una música que hablara de mundos desconocidos pero que a su vez, fuese reconocible y afectiva para los cinéfilos. Debía ceñirse al dramatismo y las emociones de la historia. Como resultado, la banda sonora de *Star Wars* es mucho más conservadora: estaba interpretada por la orquesta sinfónica de Londres y al ser finalizada, era una obra maestra sinfónica, formando parte de las pocas cosas que superaban las expectativas de Lucas.

El mercado de las bandas sonoras le debe mucho a Williams y a *Star Wars*. La música compuesta para la película fue la primera banda sonora sinfónica que se vendió de manera masiva, sin necesidad de que interviniera ninguna estrella de la canción. Gracias a esto, se ha generado un gran número de espectadores con una enorme afición por la música de cine convirtiendo en negocio lo que antes apenas reportaba beneficios.

³² Actor estadounidense.

³³ Compositor y director de orquesta estadounidense conocido por componer la BSO de películas como *Indiana Jones*, *Jaws*, *E.T.: The Extra- Terrestrial* o *Superman*.

4.3. El momento oportuno

En la industria se preveía un fracaso para *Star Wars* pero las previsiones de LucasFilm no erraron al garantizar que la formación de una pequeña tropa de seguidores estaba asegurada. Estos no eran otros que los fans de la ciencia-ficción, que apoyarían esta película sin tener en cuenta la popularidad entre el resto de la audiencia. Era el público clave con el que debían empezar.

Sobre esa base, *Star Wars* se estrenaba en 37 salas la semana del *Memorial Day*. No se había hecho una proyección previa ni tenía ninguna crítica por lo que ningún cine quería reservarla. La era una proyección que Lucas había llevado a cabo en *petit comité* para algunos de sus amigos más cercanos. Ésta resultó un fracaso para él por lo que era de esperar que, la víspera del estreno, el equipo técnico y creativo se preparara para el más absoluto fracaso. Ninguno de ellos había visto la película terminada, pero lo que vieron aquel día en la pantalla, una vez fue proyectada con sonido, les sorprendió a todos.

De repente, todos adoraban la película y a sus personajes y los niños eran los mayores *fans* de la película. Los cines se llenaban de gente que había hecho colas kilométricas para conocer la historia de Luke Skywalker y su hermana, la princesa Leia.

Star Wars llegó en el momento adecuado, al lugar adecuado, tal como comentaba el periodista Walter Cronkite³⁴ “*Star Wars* nos sacó de nuestra depresión de los setenta para despertar nuestro interés por el espacio y su futuro posible.”

Irónicamente, al cineasta independiente que no quería tener ningún tipo de relación con la industria del cine estadounidense, se le atribuía una película al amparo de este sistema corporativo. Lucas consiguió que, en tan solo tres semanas, las acciones de la Fox doblaran su precio a un nuevo máximo. El mayor beneficio obtenido por la 20th Century Fox en un año había sido de 37 millones de dólares. En aquel año, el beneficio fue de 79 millones.

Para Lucas, proteger la calidad y la integridad de su idea era tan importante como ganar su independencia financiera de los estudios de Hollywood. Nuevamente, su faceta visionaria le ayudaría en el cumplimiento de futuros objetivos: antes del estreno de *Star Wars*, Lucas aceptó una

³⁴Entrevista para el documental *Empire of Dreams: The Story of the ‘Star Wars’ Trilogy*, dirigida por Edith Beker y Kevin Burns (Estados Unidos; Prometheus Entertainment / Fox Television Studios / Lucasfilm: 2004).

baja cantidad de dinero por sus labores como guionista y director a cambio del cuarenta por ciento de los derechos mercadotécnicos por la explotación de la película. El afortunado acuerdo le ayudaría a reunir apoyo para más películas y otros proyectos importantes. Por suerte para él, había solicitado una porción de los derechos sobre este negocio antes de iniciar el rodaje de la película.

Para terminar, la afirmación del periodista Bill Moyers resume perfectamente lo que esta obra de arte supuso para la industria del cine y, en general, para el mundo entero en las siguientes líneas:

«La película hablaba por sí sola. El tiempo lo es todo en el arte. Si *Star Wars* se hubiera estrenado antes, hubiera sido como Buck Rogers. Si se hubiera estrenado tarde, no se hubiese ajustado a nuestra imaginación. Si se estrena cuando acaba la guerra de Vietnam, cuando Estados Unidos se siente inseguro, cuando han muerto las viejas historias... si se estrena en ese momento, es algo totalmente nuevo. Además, es muy entretenida. Ver *Star Wars* es muy entretenido. La gente veía el mundo como lo describía *Star Wars*. La gente decía: “Que la Fuerza te acompañe”.»³⁵. (Bill Moyers)

Este lema que ha acompañado a toda una generación de fans de la saga galáctica “era como una especie de código, casi venía a aprobar que eras de los que habían visto el filme y conectabas con los que lo habían visto”. Esto elevaba el *blockbuster* a una categoría en la que el último propósito del filme no era sólo el de garantizarse el éxito en taquilla, sino también el de crear una legión de adeptos para los que este universo iba más allá de un simple argumento sobre batallas espaciales: *Star Wars* se convertía en el paradigma de una nueva religión.

³⁵Entrevista para el documental *Empire of Dreams: The Story of the ‘Star Wars’ Trilogy*, dirigida por Edith Beker y Kevin Burns (Estados Unidos; Prometheus Entertainment / Fox Television Studios / Lucasfilm: 2004).

5. Conclusiones

A lo largo de este texto hemos tratado cuestiones relacionadas con aquello que el público interesado en este tipo de cine cataloga como película “de culto”, tratando de establecer una comparativa entre este género y las películas conocidas como *blockbuster*.

Gracias a la extensa bibliografía empleada y a extensa lista de películas que forman parte de la filmografía del proyecto, podemos extraer unas conclusiones acorde a los objetivos planteados en el comienzo de esta investigación.

El cine es un negocio, y como tal, está diseñado en torno al gusto del público y a los estudios de mercado. Aquí es donde radica la principal diferencia entre la etiqueta “de culto” y el *blockbuster*.

Las *cult movies*, en su gran mayoría, se han encargado de mostrar a su pequeño grupo de iniciados en la materia algo que al cine convencional trata de evitar, dejando de lado los grandes decorados (a menudo por falta de presupuesto) y otorgando mucha más importancia al contenido de la historia. Esta idea representa todo lo contrario a lo que representa el cine de *blockbuster*. Su falta de innovación en los contenidos se debe a las consideraciones económicas, que priman por encima de la narración. Por tanto, un *blockbuster* no es un producto artístico, más bien deberíamos considerarlo como un producto comercial fabricado con el único objetivo de reportar grandes beneficios económicos a la industria.

No obstante, la priorización del aspecto económico no debe disminuir la importancia y la complejidad de un *blockbuster*. A lo largo de este trabajo, hemos resaltado la trascendencia de la película *Star Wars* una obra a mitad camino entre el cine “de culto” y el *blockbuster* a la cabeza de la cual encontramos al célebre visionario George Lucas. Tal y como cita Miguel Juan Payán en su libro, “a George Lucas se debe, entre otras cosas: que el éxito o el fracaso de las películas se valore según la recaudación de su primer fin de semana de exhibición[...]; que el cine se haya convertido en un sembrado de efectos especiales de alta tecnología capaces de poner en pantalla casi cualquier cosa; el incremento de los presupuestos y los gastos en publicidad; esa cosa con nombre tan feo, *merchandising* [...]” (1999, pág. 11)

La guerra de las galaxias es una película que conecta con todo tipo de público. La ciencia-ficción es un género que ya se venía tratando desde los inicios de la historia del cine, pero Lucas

no se limita únicamente a este género. En *Star Wars* encontramos todo tipo de temáticas, desde el *western* al cine de aventuras, pasando por el cine de samuráis o el cine bélico, que conforman el pastiche audiovisual más trascendental en la historia del cine.

Si bien es difícil estrechar un cerco en torno a la definición de lo que el cine “de culto” se trata, en mi opinión, por todo lo que ha supuesto esta obra para la industria audiovisual, se merece, cuanto menos, formar parte de esta categoría. *Star Wars* ha sido una película que ha inspirado a una generación. Hablamos de personas que, en su día, acudieron de manera masiva al ritual cinematográfico que se vivía en las salas de cine y gracias al cual pasaban a formar parte de la vasta familia que conformaba este universo galáctico. Pero esta familia no distará tanto de la formada por el pequeño y selecto grupo que acudía a las programaciones nocturnas de las salas de cine escasos años antes.

Por otro lado, resulta irónico pensar que el cineasta independiente que no quería saber nada del Hollywood corporativo, se convertía, tras el rotundo éxito de su obra, en aquello contra lo que luchaba: presidir una de las productoras más importantes y poderosas del mundo.

Como conclusión, y retomando la idea de la escasez argumental de los *blockbusters* frente a la riqueza narrativa de otros géneros, resultaría un error caer en la consideración de pensar en *La guerra de las galaxias* como una película vacía y sin ningún trasfondo moral. Es cierto que la intención de George Lucas siempre fue la de realizar una película que homenajeara las horas pasadas frente al televisor en su casa de Modesto. No obstante, *Star Wars* va más allá. En palabras del difunto periodista Walter Conkrite: “No era una historia de culturas o nacionalidades. No era una historia de geografía. Era la historia de la humanidad escapando de su entorno hacia una vida que esperabas que fuera posible pero que George Lucas fue capaz de ilustrar. Por eso fue un éxito mundial.”

6. Bibliografía

Libros

- ALTMAN, R. (2000). *Los géneros cinematográficos*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- BEN BLOCK, A. y AUTREY WILSON, L. (2010). *George Lucas's Blockbusting: A Decade-by-Decade Survey of Timeless Movies Including Untold Secrets of Their Financial and Cultural Success*. Nueva York: It Books.
- BENET, V.J. (2004). *La cultura del cine. Introducción a la historia y la estética del cine*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- CAMPBELL, J. (1959) *El héroe de las mil caras. Psicoanálisis del mito*. México: Fondo de Cultura Económica.
- GOMERY, D. (1992). *Shared pleasures: A history of movie presentation in the United States*. Wisconsin: University of Wisconsin Press.
- GONZÁLEZ LAIZ, G. (2006). *Guía para ver y analizar: La Guerra de las galaxias*. Valencia, Barcelona: Nau Llibres/ Octaedro.
- JUAN PAYÁN, M. (1999). *George Lucas: El mayor espectáculo del mundo*. Madrid: Ediciones JC Clementine.
- KING, G. (2002). *New Hollywood Cinema: An Introduction*. Londres: Routledge.
- MÜLLER, J. (2006). *Cine de los 70*. Taschen España.
- ROSENBAUM, J. (2010). *Mutaciones del cine contemporáneo*. Madrid: Errata Naturae.
- SALA, A. et al. (2012). *Neoculto. El libro definitivo sobre el cine de culto*. Madrid: Calamar Ediciones.
- SHONE, T. (2004). *Blockbuster: How Hollywood Learned to Stop Worrying and Love the Summer*. Londres: Simon & Schuster.
- STRINGER, J. (2009). *Movie Blockbusters*. Abingdon: Routledge.
- VOGEL, H.L. (1998). *Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- WHITTINGTON, W. (2007). *Sound, Design & Ciencia-Ficción*. Austin: University of Texas Press.
- SUTTON, D. y WOGAN, P. (2009). *Hollywood Blockbusters: The Anthropology of Popular Movies*. Nueva York: Bloomsbury Academic.

Revistas

Star Wars Insider (1996), vol. 30. Estados Unidos: Titan Magazines.

Muy Interesante (1999), vol 219. Madrid: G+J España Ediciones, S.L.

Referencias electrónicas

CASAS, Q. (2014). *España fue un gran plató de cine en los 50 y 60*.

http://www.elperiodicodearagon.com/noticias/temadia/quim-casas-espana-fue-gran-plato-cine-50-60_936350.html [Consulta 14/07/2014]

GARCÍA, Y. (2012). *El mundo del 'High concept': películas millonarias que caben en una frase*. <http://cinemania.es/noticias/el-mundo-del-high-concept-peliculas-millonarias-que-caben-en-una-frase> [Consulta 30/06/2014]

FREYMAN, R. y CHEMOR, B. (2011). *El arquetipo de la amante*.

<http://www.etcetera.com.mx/articulo/el-arquetipo-de-la-amante/9415/> [Consulta 18/08/2014]

Páginas Web

FILMAFFINITY. <http://www.filmaffinity.com/es/reviews/16/516117.html?orderby=1> [Consulta: 27 de junio de 2014]

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA DE LA LENGUA. <http://lema.rae.es/drae/?val=culto> [Consulta: 18 de abril de 2014]

Foros

El Aleph. Los movie brats. <http://foro.elaleph.com/viewtopic.php?t=8600> [Consulta: 13 de julio de 2014]

Tesis

CUCCO, M. (2009). *The promise is great: the blockbuster and the Hollywood economy*. PhD. Media, Culture and Society. [Consulta: 15 de julio 2014]

7. Filmografía

Películas

Das Kabinett des Dr. Caligari (*El gabinete del dr. Caligari*. Dir. Robert Wiene) Decla Bioscop, 1920.

Gone With the Wind (*Lo que el viento se llevó*. Dir. Victor Fleming) Selznick International Pictures / Metro-Goldwyn-Mayer, 1939.

The Wizard of Oz (*El mago de Oz*. Dir. Victor Fleming) MGM, 1939.

Roma, città aperta (*Roma, ciudad abierta*. Dir. Roberto Rossellini) Excelsa Films, 1945.

La terra trema (*La tierra tiembla*. Dir. Luchino Visconti) Universalialia, 1948.

Rashômon (Dir. Akira Kurosawa) Daiei, 1950.

The War of the Worlds (*La guerra de los mundos*. Dir. Byron Haskin) Paramount Pictures, 1953.

Invasion of the Body Snatchers (*La invasion de los ladrones de cuerpos*. Dir. Don Siegel) Allied Artists, 1956.

The Incredible Shrinking Man (*El increíble hombre menguante*. Dir. Jack Arnold) Universal Pictures, 1957.

Kakushi Toride no San-Akunin (*The Hidden Fortress*) (*La fortaleza escondida*. Dir. Akira Kurosawa) Toho Company, 1958.

Faster, Pussycat! Kill! Kill! (Dir. Russ Meyer) Eve Productions, 1965

Bonnie and Clyde (Dir. Arthur Penn). Warner Bros Pictures, 1967.

The Graduate (*El graduado*. Dir. Mike Nichols) MGM / Embassy Pictures, 1967.

Night of the Living Dead (*La noche de los muertos vivientes*, Dir. George A. Romero) Image Ten / Laurel Group / Market Square Productions / Off Color Films, 1968.

The Godfather (*El padrino*. Dir. Francis Ford Coppola) Paramount Pictures / Albert S. Ruddy Production, 1972.

American Graffiti (Dir. George Lucas) Universal Pictures / Lucas Film Ltd. / Coppola Co. Production, 1973.

The Exorcist (*El exorcista*. Dir. William Friedkin) Warner Bros Pictures, 1973.

Jaws (*Tiburón*, Dir. Steven Spielberg) Universal Pictures presents a Zanuck / Brown Production, 1975.

The Rocky Horror Picture Show (Dir. Jim Sharman) 20th Century Fox, 1975.

Taxi Driver (Dir. Martin Scorsese) Columbia Pictures, 1976.

Close Encounters of the Third Kind (*Encuentros en la tercera fase*. Dir. Steven Spielberg Columbia Pictures / EMI Films, 1977.

Star Wars. Episode IV: A New Hope (*Star Wars Episodio IV: Una nueva Esperanza*. Dir. George Lucas) 20th Century Fox / Lucasfilm Ltd. Production, 1977.

Superman (Dir. Richard Donner) Dovemead Films / Film Export A.G. / International Film Production, 1978.

Apocalypse Now (Dir. Francis Ford Coppola) United Artists, 1979.

Alien (Dir. Ridley Scott) 20th Century Fox / Brandywine Productions, 1979.

Kramer versus Kramer (*Kramer contra Kramer*. Dir. Robert Berton) Columbia Pictures, 1979.

Indiana Jones: Raiders of the Lost Ark (*Indiana Jones: En busca del arca perdida*. Dir. Steven Spielberg) Paramount Pictures, 1981.

Indiana Jones and the Temple of Doom (*Indiana Jones y el templo maldito*. Dir. Steven Spielberg) Paramount Pictures, 1984.

The Breakfast Club (*El club de los cinco*. Dir. John Hughes) Universal Pictures, 1985.

The Goonies (*Los Goonies*. Dir. Richard Donner) Amblin Entertainment / Warner Bros.Pictures, 1985.

Indiana Jones and the Last Crusade (*Indiana Jones y la última cruzada*. Dir. Steven Spielberg) Paramount Pictures / LucasFilm Ltd., 1989.

Independence Day (Dir. Roland Emmerich) 20th Century Fox, 1996.

Titanic (Dir. James Cameron) Paramount Pictures / 20th Century Fox / Lightstorm Entertainment, 1997.

Armageddon (Dir. Michael Bay) Touchstone Pictures, 1998.

The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring (*El señor de los anillos: La comunidad del anillo*. Dir. Peter Jackson) New Line Cinema / Wingnut Films, 2001

The Lord of the Rings: The Two Towers (*El señor de los anillos: Las dos torres*. Dir. Peter Jackson) New Line Cinema, 2002.

The Lord of the Rings: The Return of the King (*El señor de los anillos: El retorno del rey*. Dir. Peter Jackson) New Line Cinema, 2003.

Snakes on a Plane (*Serpientes en el avión*. Dir. David R. Ellis) New Line Cinema, 2006.

Paranormal Activity (Dir. Oren Peli) Paramount Pictures / DreamWorks, 2007.

The Invasion (*Invasión*. Dir. Oliver Hirschbiegel) Warner Bros. Pictures, 2007.

The Hobbit: An Unexpected Journey (*El Hobbit: Un viaje inesperado*. Dir. Peter Jackson) Warner Bros. Pictures / MGM / New Line Cinema / WingNut Films, 2012.

The Hobbit: The Desolation of Smaug (*El Hobbit: La desolación de Smaug*. Dir. Peter Jackson) Warner Bros. Pictures / MGM / New Line Cinema / WingNut Films, 2013.

Cortometrajes

Electronic Labyrinth THX 1138 4EB (Dir. George Lucas) University of Southern California (USC), 1967.

THX 1138 (Dir. George Lucas) Warner Bros. / American Zoetrope Production, 1971.

Documentales

The Making of 'Star Wars' (*Detrás de las cámaras: Star Wars*. Dir. Robert Guenette) 20th Century Fox Television / The Star Wars Corporation, 1977.

Empire of Dreams: The Story of the 'Star Wars' Trilogy (*Star Wars: El imperio de los sueños*. Dir. Edith Beker y Kevin Burns) Prometheus Entertainment / Fox Television Studios / Lucasfilm: 2004.

Star Wars: The Legacy Revealed (*Star Wars: El legado*. Dir. Kevin Burns) Lucasfilm / Prometheus Entertainment, 2007.

Star Wars Tech (*La tecnología de Star Wars*. Dir. Rick Hull) Prometheus Entertainment, 2007.

The People vs. George Lucas (Dir. Alexandre O. Philippe) Exhibit A Pictures / Quark Films, 2010.

Series de televisión

Gunsmoke (*La ley del revólver*) Emitida por la cadena CBS; Arness Production Company / Columbia Broadcasting System (CBS) / Filmaster Productions, 1955.

Perry Mason (Creador Erle Stanley Gardner) Columbia Broadcasting System (CBS) / Paisano Productions / TCF Television Productions, 1957.

Game of Thrones (*Juego de tronos*. Creador David Benioff) Emitida por la cadena HBO; Home Box Office (HBO) / Management 360, 2011.

Trabajo Final de Grado

La frontera entre el cine de culto clásico y el *blockbuster*: el universo *Star Wars*

A. Banegas
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA
Escuela Politécnica Superior de Gandía
Calle Paraninf nº 1, 46730 Gandía. España.
🌐 <http://www.upv.es>
☎ (+34) 96 284 9333 ✉ informacion@upv.es



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA