

REVISTA “ESTUDIOS CINEMATOGRAFICOS” / CUEC  
MIGUEL ÁNGEL NIETO

## Televisión y documental de artesanía

Hay mañanas en las que me levanto con ganas de tirar la toalla. ¿Merece luchar por este género despreciado por los programadores televisivos y los medidores de audiencias? ¿Merece la pena rogar financiación en forma de limosna a quienes gastan decenas de miles de dólares diarios en la producción de *reality shows*, telenovelas o programas *rosas*? Los que hacemos documentales, ¿no nos habremos equivocado de plataformas de difusión? ¿Se puede ser más optimista cuando se asiste a las salas vacías de los cines que se atreven a desafiar la quiebra programando documentales?

Pero todas las mañanas me levanto y continúo cortejando a este oficio que me conoce desde hace algún que otro lustro. Hay tantas cosas que me parecen fotográficas desde el momento en que amanece: los encuadres fascinantes, las luces que rozan, los sonidos leves. Y más. Me levanto pensando: hay tantas bocas queriendo decir, ojos deseando ser vistos, pies caminando, manos abrazando el mundo... Hay tantas historias que están pidiendo ser contadas...

Me consuela la idea de que el televisor es lo que es: un electrodoméstico que se vende en la misma tienda que los micro-ondas, las aspiradoras o los lavavajillas. Otro gallo cantaría si los televisores se vendieran en librerías y casas de la cultura.

Y me consuela también pensar que yo soy seis años más viejo que el primer televisor que vi en mi vida, cuando los vecinos de los pueblos de alrededor venían con sillas hasta mi casa, atravesando a pie los olivares, para ver aquel extraño aparato que mi padre había traído.

### **Dientes de leche**

La televisión es todavía un bebé tecnológico. La televisión que conocemos apenas tiene 50 años. Es más joven que la mayoría de los profesores universitarios que dictan conferencias sobre su historia, sus defectos o sus virtudes poderosas. Yo siempre digo que si la comparamos a la evolución humana, la televisión aún tiene dientes de leche y todavía usa pañales. A ver qué es lo primero que dice ahora que empieza a balbucear sus primeras palabras.

Es joven pero diabólicamente perversa. Ningún niño a su edad ha movido tanto dinero ni ha cambiado tanto al mundo. Nació para informar y se dedica a engañar. Ha engendrado un falso mundo en su barriguita hinchada al que todos imitamos. Ocupa cada una de nuestras casas. Además, ocupa el sitio preferente del salón y está incluso en

las habitaciones y en los ordenadores. Se pasa el día mirándonos, mostrándonos ese universo en el que la silueta depende de un yogurt y la felicidad de un automóvil.

¿Cómo vamos a vender reflexiones en el televisor los que nos dedicamos al documental? ¿Acaso pensar tiene algo que ver con la televisión? ¿Y aprender? Aprender en el sentido profundo, no en el de interiorizar los mecanismos de las relaciones. ¿Aprender tiene algo que ver con la televisión? ¿Para qué emitir historias verdaderas si son las falsas historias las que atraen espectadores?

Diabólicamente perversa quiere decir que como la niña de *El exorcista* está habitada por demonios: gobiernos, inversores y tecnócratas. No hay sacerdote ni crucifijo que los saque de ahí. Ellos son quienes deciden lo que barrunta el bebé.

Yo todavía no conozco a ningún librero, ensayista o pensador que haya dirigido una televisión. Todavía no conozco a ningún poeta o documentalista que haya sido presidente de alguno de los consorcios internacionales de televisión. Sí conozco a un ciego que durante años fue director general de uno de los canales principales de la televisión en España. ¡Un ciego de los de verdad, de bastón blanco!

Eso es la televisión.

### ‘Filántropos audiovisuales’

Me sorprende a mi mismo cuando hablo con amigos del gremio y me quejo de lo que se programa en el televisor. Porque me temo que lo que se programa es lo que la gente quiere ver y los demonios vender. Somos muy pocos en cada país los que pensamos que los documentales que no son de animalitos es lo que la gente quiere ver. Sólo somos unas docenas de tarados los *filántropos audiovisuales*. Un puñado de ingenuos que creemos que *nuestros* documentales deberían de estar presente en las parrillas de la programación. Pero puedo asegurar que mi madre, consumidora de series, concursos y *talk shows*, jamás ha sido capaz de ver hasta el final alguno de *mis* documentales. Y como mi madre, casi 40 de los 45 millones de españoles.

En estas duras aguas zozobra el documental artesanal, ese delicado vidrio construido *frame a frame*. Pero por fortuna, quienes lo hacemos no creemos en el televisor, sino en el documental.

El documental es una mirada personal, la elección de un punto de vista, la apuesta por una perspectiva, por un ángulo concreto. Una mirada. Si no es una mirada noble, no lo es. No es documental aquello que no destila el respeto más profundo a lo que la mirada ve. Porque el documental no se limita a retratar, sino que se sumerge en los mundos ajenos, anchos mundos con los que los personajes de *Ciro Alegría* se llenaban los ojos de horizontes.

El documental se deja ocupar por las historias que lo encuentran. El documental no elige, sino que es elegido por los que estaban callados y deciden contar. El documental no es una historia del autor, es una historia que convierte al autor en responsable de ella. Y por eso es subjetivo y siempre lo debe ser.

El autor de documental llega virgen a la historia y queda para siempre embarazado de ella. Es idiota el autor que dice no tomar partido. Son farsantes los que salen ilesos de un documental. Son tristes, porque no miran. Y piensan que así de ciegos son felices, cuando en realidad caminan por entre una historia y ni siquiera son vistos, ni siquiera reciben lo que las palabras le han contado. Sus presuntas creaciones agonizan cuando nacen, porque en realidad no son historias, sólo son la historia de ellos mismos.

### **Historia de la industrialización**

Desde que el cine comenzó su andadura, el documental secuencial fue el único género que se atrevió a dejarse ver en las pantallas de los cines hasta que Eisenstein descubrió que las imágenes podían montarse e incorporarse los efectos. Y entonces se animó la ficción y también la propaganda, que se hizo un privilegiado hueco en los cines durante los largos años de las dos guerras mundiales.

Hasta que John Logie Baird realizara la primera transmisión televisiva, la imagen que los espectadores veían era básicamente de autor. El creador era quien producía, quien inventaba, quien escribía, incluso quien interpretaba. No me atrevo a decir que aquello en general fuera una joya, pues todos los géneros tienen sus *Campoamores* y al cine, como todo el mundo sabe, le sobran miles de inútiles. Pero aquello que esos locos producían sí era una mirada personal.

Con la expansión en los hogares del tubo catódico apareció la figura más distorsionadora del documental y en general de la pequeña pantalla: el productor. El propio concepto es industrial, evoca a los operarios de las primeras cadenas de montaje de las fábricas. La palabrita hizo época: nunca antes se había hablado de la producción de un pintor o un escritor; se hablaba de *su obra* artística o literaria, y en todo caso de *su creación*.

Los primeros productores eran también unos locos, afortunados del dinero o las herencias, volatineros en las artes de los préstamos y dispuestos a arruinarse en un proyecto que convertían en personal.

Los segundos productores optaron ya por manufacturar a la carta los programas de entretenimiento, los informativos gubernamentales, el nacionalismo musical, las películas dóciles y los documentales inocuos.

Y los terceros, como la mala hierba, fueron los productores invasivos, ejecutivos encorbatados a las órdenes de algún banquero o millonario, y que procedían de la gestión, no del impulso creativo.

La gestión devoró al bebé-televisor. ¿Dónde podía existir un mejor lavadero de dinero que en un producto tan intangible como las ondas hercianas? ¿Cuándo en la Historia no ha sido un gran negocio robar del dinero público con el que históricamente se han financiado las televisiones? ¿Quién se atreve a negar los beneficios colaterales de los empresarios o políticos que se han fabricado un canal?

Así llegaron a la televisión los Berlusconi, los ciegos españoles, los narcofuncionarios, los petroleros, los *cowboys*... Y con ellos la medición de audiencias, los *rating*, los *share*... Se inventaron como se inventó la primera cotización de una

divisa. Era preciso establecer una referencia, por muy manipulada y virtual que resultara, para poder valorar –o sobrevalorar llegado el caso–, el precio de esa codificación del aire.

En lo que al documental se refiere, la gestión lo convirtió en el patito feo de las programaciones. Los grandes documentales, especialmente los de autor, comenzaron a recibir una elegante patada hacia las horas más tardías de la noche, e incluso la madrugada, el momento en el número de espectadores disminuye y el sagrado *share* se incrementa.

Entretanto, para no borrarlos de un plumazo y para mantener la imagen de servicio integral de sus cadenas, los gestores de la producción apostaron por los documentales industriales. En España, la producción propia del programa más veterano y prestigioso de la televisión pública, *Documentos TV*, tiene ahora un desgraciado parecido a un *reality*, salteado de reportajes morbosos, mujeres maltratadas, enfermos terminales, niños con enfermedades raras o prostitutas de lujo.

Su creador, que nació a la televisión siendo periodista con barba y con melena, lleva ahora corbatas de banquero y gafas de cristales progresivos. Y usa el lenguaje malabarista que quieren oír los gestores: le llama investigación a introducir un objetivo en un prostíbulo y documental a un relato de infelices moribundos.

Él no es ninguna excepción. La mayor parte de los directivos europeos del documental culpan de su mala conciencia a los recortes presupuestarios que sufren sus programas. Pero eso es sólo verdad en una proporción minúscula. De esa penosa calidad que ahora se vende en las televisiones es también responsable, muy responsable, ese ritmo frenético de producción industrial que debe fabricar horas de contenidos para echar de comer a la insaciable emisión. Y es también responsable, cómo no, el que para no perder sus privilegios acepta ser remero en la galera o borrico en la noria.

Producción industrial. Al carajo los talleres de artesanos. Muchos de los directivos europeos de los programas de documentales se han deshecho de las miradas más brillantes tras ofrecerles sueldos de hambre a cambio de usurparles el rodillo de créditos, de recoger los trofeos que no les pertenecen y de manosear en la edición las obras hasta domesticarlas como a asnos.

Producción industrial. Hoy en día le llaman documental a esa mirada oblicua y mentirosa que se esconde tras las cámaras ocultas para hacerse pasar por investigaciones periodísticas. Ya no hacen falta creativos para hacerlos, basta con periodistas recién salidos de la universidad dispuestos a camuflar un objetivo para estrenar su currículum. Tiempos tristes también para el periodismo. Malos tiempos estos que vive el oficio.

El formato del engaño ha resultado un éxito. Del 7% de *share* que llega a hacer un documental artesanal se ha pasado al 25% de promedio con estas falsas miradas.

Recuerdo que una de estas piezas grabadas con cámara oculta, y producida en España, logró convertir a un cura mexicano en el capo mundial del tráfico de órganos. Y no es que el cura fuera un santo, sino que se ofreció, sin saber que le grababan, a buscar un riñón para los periodistas camuflados que estaban dispuestos a poner sobre la mesa cuanto dinero quisiera. No sé qué hubiera hecho el resto del planeta, pero creo que hasta yo me hubiera visto tentado por esa golosina.

El “documental” fue un éxito de audiencia, dijo su productor, otro periodista rendido al golf y a las comidas de negocios. Superó el 25% en el *prime time*, la hora más codiciada por los anunciantes de coches y yogures. El canal que lo emitió pagó por el programa justo el triple de lo que se pagaba por uno de esos documentales artesanos que se emitían hace unos años en *Documentos TV*. Casi cuatro veces más de lo que ofrece hoy, ese mismo programa, por uno de sus documentales industriales.

### **Plusvalías acumuladas**

La *factorización* feroz de la producción documental no sólo ha hundido los precios de los que comían los artesanos, sino que ha provocado una mutación irreversible en los equipos de trabajo y medios de producción.

El mercado transnacionalizado de los componentes electrónicos ha jibarizado los equipos técnicos y ya es posible prescindir de ayudantes que carguen con los trípodes, las luces o aquellas pesadas baterías que parecían las de una motocicleta. Con las nuevas DVCam o las más modernas HDv, de soportes que la emisión se traga como si fuera sopa, traspasa uno las aduanas como cualquier turista, sin tener que someterse a esa burocracia farragosa de las exportaciones temporales.

Con esos mimbres, y para sobrevivir a esos presupuestos esquilados, al documental no le ha quedado otra salida que la diezmar los equipos humanos. Ahora el sonido lo hace también el cámara, por poner un ejemplo, y la producción de campo la hace el realizador. Los medios de producción con los que se trabaja en estos tiempos son justo lo que esas dos espaldas son capaces de cargar.

Esas dos únicas espaldas generan ahora las plusvalías de los empleos intermedios que han sido suprimidos por los avances tecnológicos y el hambre de la insaciable emisión. Es la única forma en la que al menos dos personas pueden asignarse un simbólico salario por trabajar un mínimo de seis meses en construir una historia. Pero es un salario que lleva años congelado. Un salario que peligra todavía más cada vez que un nuevo licenciado ofrece gratuitamente sus servicios para poder competir en el mercado con alguna de experiencia. Peligra cada vez que un indocumentado escala en la estructura de su empresa para gestionar los presupuestos del documental.

Las nuevas tecnologías le han puesto en bandeja la reducción de los presupuestos a los empresarios de la televisión. Y no sólo por el abaratamiento de los equipos de rodaje, también de los de la edición. A menudo ya es el propio realizador quien monta el *off-line* del documental en su propio ordenador gracias a esos programas semi-domésticos, como el Vegas, el Premier o el Final-Cut. La movilidad y la operatividad de los equipos naturalmente ha mejorado con estas innovaciones técnicas, pero al final de la cadena los creadores agonizan.

El resultado de esta dinámica de acumulación de plusvalías es la descomposición paulatina del tejido industrial audiovisual en el sector de la producción independiente. En ese contexto de desprecio económico, el sector de la creación documental, ese patito feo del conglomerado productivo, sólo logra generar empleo basura. Aunque eso sí, mucho más empleo en términos de supervivencia de lo que se imaginan los empresarios

de las televisiones y de lo que contabilizan los responsables gubernamentales de las estadísticas.

Pero por más que estos documentales artesanos alivien la economía de cientos de familias, las pequeñas productoras independientes apenas logran hacer tres programas al año, como mucho. Y eso es demasiado poco para quitarle el apetito a la emisión.

Así las cosas, el mapa industrial del sector en la mayoría de los países del mundo es un anárquico y desestructurado zoco de talentos y tecnología.

No hay mal que por bien no venga. La reducción de costes provocada por las innovaciones tecnológicas permite a los documentalistas dirigir sus miradas personales hacia historias y temas que no se podrían abordar con los criterios y presupuestos de hambre que imponen los gestores de la difusión, hacia historias de denuncia que son políticamente incorrectas para los serviles consorcios audiovisuales. Cada vez son más los documentalistas que se animan a grabar con esas camaritas de calidad fantástica y que borran de su horizonte la opción de ofrecer sus producciones a las televisiones. Puestos a no ganar nada, mejor hacer lo que más le guste a uno en vez de lo que demanden los programadores.

Pero esto complica todavía más la profesionalización de este oficio fabuloso. Cuando un rodaje se inicia sin que exista una empresa de distribución o difusión que aporte el dinero previamente, los precios a los que se vende un documental una vez terminado rozan la mezquindad. Si por un proyecto sobre papel los canales *sacrifican* entre 15.000 y 60.000 euros –eso en los mejores casos–, por un producto acabado tienen la poca vergüenza de pagar nada, o como mucho una limosna que rara vez llega a los 600 euros.

### **La obsesión por los derechos**

Y no es que sean idiotas en las televisiones cuando adelantan dinero. Cuando hacen un prepagado para la puesta en marcha de un documental colocan sobre la mesa contratos de condiciones leoninas. Para empezar, y en general, exigen quedarse con un porcentaje de la autoría, con el que se garantizan la propiedad del producto y los derechos sobre cualquier propiedad intelectual o comercial que se derive de ellos.

Esto les permite, entre otras cosas, intervenir en el enfoque, decidir sobre los contenidos, meter mano en la edición y exigir al final una copia de los brutos del rodaje. Ese valioso material, uno de los pocos activos que consolidan a una productora independiente, es usado libremente por las televisiones como material de archivo para cualquier otro programa. Lo despiezan en planos o secuencias sueltas, lo venden a otras agencias o canales o encargan a alguno de sus empleados que ordeñe esas imágenes sobrantes y saque de allí dos o tres subproductos que puedan también ser emitidos y cuyos derechos, naturalmente, pasan a ser propiedad exclusiva del canal.

De una hora que financian, en muchos casos sacan tres. Y esas tres horas se convierten en emisión de relleno. Los multiplicación de los peces y los panes de las bodas de *Caná* es un milagro de principiantes comparado a lo que se hace en las televisiones con un plano.

Repiten hasta la agonía los documentales gracias a los derechos que también se reservan para lo que hoy en día se llama multidifusión, es decir, la transmisión de los programas a través de sus canales por satélite, de los canales temáticos en la modalidad de pay per view, de las web-televisión que tienen las grandes empresas, de la transmisión de programas a través de los teléfonos móviles, de la comercialización de los productos en formatos DVD o VHS y de la exhibición de la obra en certámenes y festivales.

El oro no es el melón en sí. El oro es el derecho a comerse el melón.

Al final, de una inversión de 20.000 euros de promedio para la producción o la coproducción para un documental de 50 minutos pueden llegar a obtener 20 veces más en términos de aprovechamiento de sinergias. Con el simple hecho de repetir el producto 20 veces en las distintas plataformas del consorcio ya llenan 20 horas de emisión, casi un día completo de los 365 del año. Para el que sabe lo que cuesta producir cada minuto de emisión en la televisión no hace falta aclararle estos cálculos

De este panorama pesimista se pueden extraer dos conclusiones. La primera, emulando a Sancho Panza, es que la miel no es para la boca del asno. Los documentalistas tal vez nos equivocamos cuando hacemos nuestras obras pensando en que serán difundidas por televisión, a pesar de que ese puñado de espectadores que los ven realmente los merecen. Y es que insisto: la televisión es todavía lo que es, un gracioso bebé colocado en medio del salón que se limita a embelesar a los espectadores, a relajarles, a invitarles a un mundo donde nada es imposible y nada les afecta y donde la dureza de la vida cotidiana se acaba en apenas una hora.

La segunda es que el documental independiente, el documental de creación, la mirada personal no ha muerto, aunque se tambalea por los pasillos del mercado lleno de puñaladas en la espalda. Pero sigue en el mercado sin que nadie, hasta el momento, haya sido capaz de asesinarlo.

También en el mercado recibe un trato denigrante en la gigantesca bolsa de programas y formatos que se ofrecen. Basta con ir a mercados como el de Cannes para entender qué poquita cosas somos frente a la galaxia de la *telebasura*. Los compradores de documental recorren los *stands* como cuando uno va con el carrito por el hipermercado, buscando la mejor oferta, los productos en los que comprando dos te regalan el tercero y regateando en los precios como se haría en Marrakesh. Los programadores, salvo excepciones elogiadas, no eligen los documentales por su calidad, los eligen al peso: buscan los que por el menor precio pueden llenar más horas de emisión.

Pero el documental de artesanía tiene mucha más imaginación que todo este mecanismo gélido que lo rodea. Cuando se despereza el elefante, la hormiga prepara ya el almuerzo. La supervivencia obliga. A lo largo de la historia del documental el género se ha ido salvando gracias a que su funcionamiento es similar al de las bombas de fragmentación. Una buena obra, más tarde o más temprano, se multiplica por 30 en el corazón de otras generaciones inquietas. Una mirada despierta a otras miradas.

Algunos de los documentales más recientes, algunos de los que menos presupuestos han tenido, circulan de mano en mano como circulaban antes los libros

clandestinos. Otros han llegado hasta la ceremonia de los Oscar, como *Balseros*, y otros han ganado una estatuilla, como *Bowling for Columbine*, de Michael Moore,.

Cada vez que Brian Wood ha estrenado sus documentales en la cadena Channel Four ha temblado la Tierra. La emisión de *Las habitaciones de la muerte*, sobre el trato inhumano que recibían los huérfanos en China, hizo cambiar por completo la siniestra política de adopciones del régimen de Pekín. Cuando se emitió *Esclavos*, una producción sobre las condiciones medievales en las que se extrae en Mali el chocolate, la cotización de firmas como Nestlé se desplomó en los mercados internacionales.

Y no es preciso asociar el documental a la denuncia. Que nadie crea, como nos quieren hacer creer, que el documental es la última bandera de una revolución pendiente. Joyas de la pantalla, como *El camello que llora*, no pretenden delatar a nadie, sino ser un homenaje humilde a la sensibilidad. Cualquiera de las miradas honestas se transforma en diamante. Cualquier mirada que pretende relatar un mundo sin colonizarlo es un documental maravilloso.

Desde luego que la metamorfosis de la programación habitual de las televisiones es más rápida que el avance sosegado y firme de los documentales. Pero... ¿qué prisa hay?

Muy pronto el televisor dejará de presidir la casa, porque estará presente en cada uno de los rincones de la casa. Muy pronto el televisor dejará de ser cuadrado y los mandos a distancia servirán de juguete a los chavales. Muy pronto el televisor dejará de hacerse pis y caca y perderá su primer diente.

Las nuevas tecnologías permitirán una interacción todavía insospechada entre autores y consumidores potenciales del documental y aparecerán formas distintas de financiar las producciones que no pasarán por los consorcios actuales de emisión. Ya no será preciso verlos en las programaciones que nos vendan. Aparecerán nuevos circuitos de difusión que harán que Internet parezca del Pleistoceno. Y los documentalistas seguirán siendo alfareros, pobres, ilusos e insistentes.

Y será entonces el momento en el que los gestores se verán obligados a evacuar ese suelo de arcilla sembrado de esas bombas de explosiones múltiples. Será entonces cuando abran la caja fuerte que tienen en sus despachos y vean en el espejo quiénes son en realidad. Porque como dijo el maestro Indro Montanelli, hay que desconfiar de los que en este oficio se hacen ricos.