

Alejandro Pardo

Prof. Producción de Cine y Tv

Universidad de Navarra

LA ÉTICA DEL PRODUCTOR: EL DIFÍCIL EQUILIBRIO ENTRE LA RENTABILIDAD COMERCIAL Y EL COMPORTAMIENTO DEONTOLÓGICO

La historia del cine y la televisión ha corrido pareja con la percepción de la gran repercusión social y cultural de los contenidos audiovisuales de ficción y entretenimiento. Sólo teniendo en cuenta el poder de la ficción audiovisual para configurar actitudes y mentalidades, se explica la necesidad de promover una mayor conciencia social entre quienes trabajan en los medios audiovisuales.

La necesidad de motivar esta responsabilidad social ha estado latente en las diversas formulaciones de códigos deontológicos profesionales y en los intentos de control político social del medio audiovisual. En este sentido, los profesionales del cine y la televisión, conscientes del poder que tienen entre manos, han abogado desde épocas tempranas por diversas formas de autocontrol frente a la censura política o al control ejercido por instituciones sociales ajenas a la industria. Uno de los grandes pioneros del cine norteamericano, Cecil B. De Mille, reconocía: “Es un pensamiento juicioso creer que las decisiones que tomamos en los despachos de Hollywood pueden llegar a afectar a las vidas de seres humanos en todo el mundo”. Y Frank Capra comentaba ante un foro de estudiantes americanos al final de su vida: “Nadie ha tenido nunca el poder que un cineasta posee (...): el poder de hablar en la oscuridad, durante dos horas, a cientos de millones de personas. Este es el poder que tenemos como cineastas. Y si tenemos el poder de decir lo que queremos, ¿por qué no decir algo positivo?”.

Sin embargo, la progresiva desaparición de los sistemas públicos de control no se ha visto correspondida por una actitud más responsable por parte de los profesionales, sino más bien por el incremento de los valores antisociales en las pantallas. Así por ejemplo, según algunos estudios elaborados en Estados Unidos, los contenidos violentos, eróticos y ofensivos se han incrementado notablemente durante la última década –con un paradójico reajuste a la baja de su calificación moral.

Entre los distintos profesionales responsables de la obra audiovisual, destaca el productor, promotor y gestor del proyecto. Es conocido el dicho de que “quien paga, manda”. El productor se enfrenta al difícil equilibrio de lograr un resultado rentable y de calidad, pero no siempre se incluye la dimensión ética en esta ecuación. Es más, aunque algunos autores defienden que la calidad moral de una obra audiovisual revierte siempre positivamente en sus resultados comerciales, es claro que no siempre es así. Esta comunicación aborda los desafíos éticos del productor en este proceloso mar de la industria de ficción y entretenimiento, afrontando preguntas como las siguientes: ¿Son conscientes los productores de su responsabilidad social? ¿Hasta qué punto resultan rentables las “buenas historias”? ¿Debe el productor defender la bondad moral, aun a costa de perder rentabilidad? ¿Son las industrias culturales industrias de índole ideológicas?