Peter Biskind





Sexo, mentiras y Hollywood

Miramax, Sundance y el cine independiente

Traducción de Daniel Najmías

ANAGRAMA
CRÓNICAS

Índice

PORTADA
PRÓLOGO
INTRODUCCIÓN: LA HISTORIA HASTA HOY
1. MADE IN USA 1989
2. LOS ARTISTAS AIRADOS 1989
3. NEGOCIOS ARRIESGADOS 1990-1992
4. COMPRAR, COMPRAR, COMPRAR 1992-1993
5. NO PUEDE NO TENERLA 1993-1994
6. LA CASA QUE CONSTRUYÓ QUENTIN 1994-1995
7. SUBIENDO EL VOLUMEN 1995-1996
8. NADANDO CON TIBURONES 1996-1997
9. ACE Y GARY 1997
10. SOÑAR CON LA FAMA 1997-1998
11. EL TENIENTE MALO 1998-1999
12. EL REY DE NUEVA YORK 1999-2000
13. TERMINA EL ESPECTÁCULO 2000-2001
14. DIOSES Y MONSTRUOS 2001-2002
EPÍLOGO: EL DULCE MAÑANA
PERSONAJES
NOTAS
NOTAS
CRÉDITOS

Para Betsy y Kate, como siempre

PRÓLOGO

Puede decirse que este libro es una continuación de *Moteros tranquilos, toros salvajes,* mi versión de los años setenta, esa década exuberante y fecunda que nos dio el llamado Nuevo Hollywood, una ola formada principalmente por chicos que habían estudiado cine y que, influidos por las drogas, el cine europeo y el movimiento pacifista, aprovecharon un momento en que el sistema de los grandes estudios estaba casi en bancarrota para dedicarse a producir las mejores películas norteamericanas de la segunda mitad del siglo xx. El Nuevo Hollywood duró apenas diez años, incluso menos, pero dejó un rico legado del que no hay que olvidar ese irregular y heterodoxo grupo de herederos espirituales y estéticos llamados colectivamente *indies,* «independientes».

El concepto «cine independiente» evoca de inmediato ideas tan nobles como «integridad», «visión», «expresión personal» y «sacrificio». Evoca la imagen de cineastas jóvenes y luchadores estirando al máximo las tarjetas de crédito para pagar a sus actores y equipos, gente que trabajaba largas horas por una remuneración escasa, o sin remuneración alguna, simplemente porque creía en lo que hacía. En palabras de Quentin Tarantino: «Los directores independientes no ganan dinero. Se gastan todo el dinero que tienen en hacer una película. Mejor dicho, el que no tienen. El dinero de sus padres. Roban dinero, se endeudan para el resto de sus vidas. La película puede ser todo lo buena o todo lo mala que quiera, pero es *su* película.»

Aunque esta idea convencional encierra algo más que una pequeña verdad, es importante recordar que ésa no es toda la verdad. La vida en el cine independiente puede ser desagradable y brutal... y breve. Se dice que, si Hollywood se parece a la mafia, los

independientes son la mafia rusa. En ambos casos, los malos no dejan ver a los buenos, pero en Hollywood lo hacen con cierto grado de *finesse:* después envían una cesta de frutas al asistente de dirección. Los independientes, en cambio, te liquidan y, si pueden, se cargan también a tu mujer y a tus hijos, por si acaso. En el mundo de los estudios se vive encarcelado en una jaula dorada. En el mundo del cine independiente se vive encarcelado también, pero en un agujero más oscuro, más sucio y mucho más estrecho. Con menos cosas en juego, un botín menos jugoso, poca comida y poca agua, la lucha es tanto más feroz; las ratas (bueno, no seamos tan duros: los ratones) se comen entre sí. Y, como no hay adónde escapar, tampoco hay respiro ni derechos. La gente se mueve por ahí con una conducta incluso peor que la de Hollywood.

En *Moteros tranquilos, toros salvajes* el desafío era abrirse camino a machetazos por el matorral de la memoria, adornada ya con recuerdos recubiertos de leyenda, cuentos chinos contados tantas veces que llevan la aureola de la verdad. Aquí, al resucitar los años noventa, el enemigo tiene cabeza de hidra: las mentiras, el miedo, la falta de perspectiva histórica. La desconexión entre la apariencia, tal como la presentan los medios de comunicación, y la realidad de lo que ocurre entre bastidores, es tan grande en Hollywood como en Washington, si no mayor, porque el *glamour* de la industria del cine –incluidos los modestos independientes– se apoya en el espectáculo presentándose como un manto, acallando cualesquiera inclinaciones descarriadas o fisgonas que puedan aparecer de vez en cuando; al mismo tiempo, los asuntos en juego carecen de la *gravitas* que inflama, al menos ocasionalmente, las ambiciones de los periodistas políticos. Además, las historias de Hollywood tienen un ciclo de vida interno que conspira contra la revelación. Comienzan en conflicto, y si un periodista tiene bastante suerte para coger a un actor airado en el fragor de la batalla, la verdad puede aflorar a la superficie. Sin embargo, al margen de las atrocidades que hayan tenido lugar en el plató o en la sala de montaje, cuando llega el momento del estreno, las partes interesadas ya están convencidas de que airear públicamente los trapos sucios no conviene a nadie y de que, además, no sirve de nada, mucho menos para la película, cuya

protección es lo primero. Los principales, que tal vez unas semanas antes han estado a punto de cortarse mutuamente la yugular, aparecen sonrientes y bien arreglados en televisión, encajan las preguntas suaves de Allison Anchor y parecen figuras robóticas de los deportes que farfullan, recatadamente: «Yo sólo juego una partida por vez» o «Mi oponente es un verdadero rival». Si la película es un fracaso, a nadie le importa cuánta sangre ha corrido durante el rodaje; si le va bien, si tiene éxito –nominaciones al Oscar, grandes recaudaciones– los convierte a todos en tortolitos. En los dos casos, la verdad termina siendo una víctima del calendario, en una noticia ya vieja, hecha a un lado por el próximo gran estreno.

Miramax –y, en menor medida, Sundance– domina esta historia, tal como domina el mundo del cine independiente. Muchos de los directores, llegados hoy a la mitad de su carrera, y de los empleados entrevistados para este libro, no se prestaron de buena gana a decir la verdad ni sobre Miramax ni sobre Sundance. En enero, el Festival de Cine de Sundance es el evento más importante de la agenda *indie*. Los directores preparan la agenda de rodaje a fin de que sus películas salgan del laboratorio a tiempo para que, en otoño, las vea Geoff Gilmore, el director del festival. Hay otros festivales –Telluride, Toronto, etc.–, pero Sundance es, con mucho, el principal escaparate del cine independiente, el mejor lugar para ver y ser visto, para codearse con los mandamases de Hollywood y contactar con colegas. Fue también Tarantino quien, al hablar del año en que presentó *Reservoir Dogs*, dijo: «Nunca en mi vida he sentido nada igual, esa fiebre, ese insistente "vamos a entrar, vamos a entrar, vamos a entrar", sudando y perdiendo el pelo como todo director norteamericano independiente, sin dejar de pensar en eso.» El rechazo significa volver a currar en la tienda 24-horas o en la escuela de trabajo social. Además, si uno se pone en contra de Sundance, no podrá sacar partido de los talleres ni de los tiernos cuidados que ofrece el festival. Aunque el historial de Robert Redford como jefe del instituto es, como mínimo, accidentado, rara vez ha tenido mala prensa, sobre todo después de envolverse en el estandarte de Sundance. Con una sola excepción: en 1991, cuando servidor escribió un artículo crítico publicado en la revista *Premiere*.

Aunque pude entrevistarlo en ese momento, Redford, que tiene mucha memoria y parece aferrarse a los rencores como un hombre a punto de ahogarse, se negó a colaborar en este libro y, en cierta medida, restringió mi acceso a, como mínimo, uno de sus empleados clave.

Luego está Miramax, dirigida por los hermanos Harvey y Bob Weinstein. Los hermanos tienen fama de brillantes, pero también se los conoce por su malicia y su brutalidad. Aun cuando, hablando en plata, Miramax no es una productora independiente, lo fue en una época, y hasta hace muy poco se movía en ese mundo como el coloso del proverbio. Las preguntas en torno a Harvey Weinstein tienden a provocar respuestas estándar, por ejemplo: «Le apasiona el cine», o: «Puede que sea un tipo difícil, pero lo único que le importa es el trabajo.» En consecuencia, si bien en este libro hay muchísimas citas con nombre y apellido, también hay algunas que no llevan firma. A Weinstein le gusta insistir en que la prensa utiliza citas sin mencionar la fuente, dando a entender que ése es el último refugio del sinvergüenza, una daga empuñada al amparo de la noche. Y es cierto que, en un mundo perfecto, las fuentes hablarían sin tapujos, sin miedo a represalias. Pero, por desgracia, no vivimos en un mundo perfecto.

Cada año Miramax estrena la misma cantidad de películas que dos estudios juntos. En virtud del volumen de su producción es, con mucho, el principal empleador, en Nueva York, de talentos ordinarios y de equipos extraordinarios, y tiene también una presencia importante en Los Ángeles. Los empleados de plantilla temen que hablar les cueste el puesto de trabajo o no poder acceder a ningún empleo en el futuro. Los directores temen que, si se ponen en la lista negra de los Weinstein, los hermanos no les pasen el siguiente y codiciado filme con Nicole Kidman ni ningún otro. Los guionistas se preguntan si podrán vender su último guión y a los actores les preocupa que no los contraten para ese papel que tanto anhelan en la próxima película de Lasse Hallström. En palabras del director James Ivory: «A mucha gente le da miedo decir lo que piensa. Los directores, los actores, las actrices y las personas que podrían terminar otra vez en manos de Weinstein, pueden querer hacer otra

película con él aunque hayan tenido una mala experiencia; no hablarán.» Los hermanos Coen, tal vez el equipo independiente por antonomasia de estos días, produjeron no hace mucho en Dimension, la división de Miramax que lleva Bob Weinstein, una película llamada *Bad Santa*, protagonizada por Billy Bob Thornton y dirigida por Terry Zwigoff *(Crumb, Ghost World)*. Tras algunas discusiones francamente feas, Bob le quitó la película a Zwigoff y contrató a otro director para que volviera a rodar el final. (Posteriormente, Zwigoff volvió al rodaje.) Se dice que uno de los Coen –o tal vez ambos– comentó con semblante adusto: «Nos hemos pasado toda la carrera evitando a Miramax; he aquí la razón.» Por lo general, los hermanos Coen se enfrentan a la prensa como un paciente al torno del dentista, pero esta vez han sido inusitadamente prudentes. ¿Le importaría confirmar si hizo tal comentario? «No tengo nada que decir», dice Ethan Coen. ¿Querría decir algo sobre *Bad Santa*? «No.» ¿Le gustaría decir algo después del estreno? «No.» ¿Sería mejor preguntarle a Joel? «No.» Aunque en privado son muchos los que hablan mal de los Weinstein, es raro el director que diga, como Spike Lee: «Voy a decir lo que pienso: no me asusta ese gordo imbécil, no puede dejarme fuera de la industria.»

Los Weinstein no han tardado nada en llevar a juicio, o en amenazar con hacerlo, a los que les han llevado la contraria. Cuando un empleado clave deja la empresa, o cuando los hermanos resuelven un pleito, las condiciones de indemnización o pago, como las que impone Sundance, contienen a menudo cláusulas-mordaza que prohíben a la gente decir la verdad. Y cuando los Weinstein se enteran de que se avecina un artículo crítico, o de que alguien ha quebrado el código de *omertà*, la ley del silencio impuesta por las organizaciones criminales, los publicistas de Miramax les dejan los escritorios como si hubiera pasado una nube de langostas. También es sabido que los hermanos han recurrido a la intimidación a priori, o que, a posteriori, ejercen algún tipo de control. Son especialmente hábiles en convertir en buenas las malas noticias. ¿Fracasó la revista *Talk*? ¿La empresa perdió veintisiete millones de dólares? No importa, eso le permitió a Harvey «regresar a sus raíces». ¿Que

Gangs of New York fue una sangría de dinero? Miramax no puede perder; su riesgo está limitado a quince millones. MGM (Metro Goldwyn Mayer), asociada con Miramax en *Cold Mountain*, de repente se echa atrás porque teme que el presupuesto se dispare y deje a la mini-gran empresa, ya en apuros, con una patata caliente de noventa millones. Ningún problema. Como única propietaria, Miramax ganará más dinero. Harvey es el Lizzie Grubman* de la industria del cine, un conductor borracho que se sube al bordillo, deja lisiados a unos cuantos peatones, vuelve a meterse a lo loco en la calzada y frena por un pelo a pocos centímetros de una paseante con criatura incluida, tras lo cual baja de un salto, coge al bebé y lo levanta en brazos para que todos lo vean y él pueda atribuirse así el mérito de haberle salvado la vida.

Sin embargo, los Weinstein son demasiado listos para confiar únicamente en el palo. También enseñan la zanahoria y, de vez en cuando, suben a sus montadores preferidos al jet de Miramax, ganándose corazones y cerebros con fiestas por todo lo alto, adulando a los periodistas con pases privados y recabando opiniones. En la última década, los hermanos se han vuelto expertos en hacer con la prensa lo que les da la real gana. En 1991, cuando trabajaba en la revista *Premiere*, se me pidió que escribiera un artículo de investigación sobre los hermanos, ya entonces conocidos por su conducta extravagante. Antes de que hiciera una sola llamada telefónica, Miramax ya había amenazado con retirar sus anuncios de la revista; lo próximo que supe fue que Harvey se había estrenado como columnista de *Premiere* y que a mí me tocaba corregir sus columnas. ¿Y la feroz revelación? Carpetazo.

Cuando había llegado a la mitad de mi libro –trabajando alegremente, pensaba yo, bajo el radar– me llamaron para citarme en el tercer piso del 375 de Greenwich –los despachos de Miramax– donde me recibirían los hermanos Weinstein. Harvey no estaba contento. Yo le había dicho que no husmearía en su vida privada –al fin y al cabo, los años noventa no eran los setenta; las drogas, el sexo y el rock and roll ya no eran estimulantes creativos ni fomentaban carreras–, pero se había enterado, gracias a la red de

informantes que tratan de congraciarse contándole por teléfono lo que han oído por ahí, de que yo había empezado a meter las narices donde no debía.

Los despachos de Miramax son un lugar desconcertante en el que trabajan muchas personas inteligentes y de buen corazón, como Matthew Hiltzik, vicepresidente de publicidad de la empresa; algunas de esas personas llevan años trabajando con Miramax, como Arthur Manson, experto en márketing, hombre de aspecto distinguido y canosa melena, muy querido en el gremio, o Irwin Reiter, contable y veterano de la empresa, en la que lleva quince años, cuya tímida sonrisa y su cara de buena persona hacen que caiga bien al instante. Recuerdo que pensé: Si estos muchachos trabajan aquí, no puede ser un lugar tan malo como lo pintan. Pero también están los otros, los que viven encorvados sobre el escritorio, los que sólo levantan la vista para echar una mirada furtiva impregnada de mudo significado, como mensajes en botellas arrojadas al mar. El lugar me recordó aquellas viejas películas, como *Horas desesperadas*, en las que un psicópata toma como rehén a toda una familia y, cuando por fin la policía aparece en la puerta y le pregunta a la temblorosa madre «¿Todo bien, señora?», la mujer esboza una sonrisa y dice entre dientes: «Sí, agente, todo bien», mientras con los ojos grita todo lo contrario.

Harvey estaba sentado detrás de un gran escritorio hecho de alguna clase de madera con un intenso lustre rojo. Aunque le ha llevado mucho tiempo, finalmente ha encontrado su imagen: una camisa de golf negra con el cuello abierto –enseñando la cicatriz de la traqueotomía que le practicaron en las navidades de 1999– y pantalones oscuros con tirantes anchos. No pude evitar observar, en un rincón, un bate de béisbol apoyado contra la pared. Leyendo mis pensamientos, Weinstein se movió rápidamente con el humor autorreprobatorio que se ha convertido en su sello característico, y gritó: «¡Matthew, ven aquí! ¡Es la hora de tus azotes!» Bob, sombrío e inquietante, estaba desplomado en una silla, a la izquierda, delante del escritorio, cual Calibán junto a Próspero, mientras yo me hundía en un sofá sin fondo, de piel negra, y tanto, que tenía que mirarlo desde abajo, demasiado consciente de la «minimussolinidad»

de la situación. El olor de la amenaza impregnaba el aire como el olor a neumáticos quemados. Me sentía como el tipo de una de esas películas con bomba en el edificio, Bruce Willis en *Jungla de cristal*, con miedo a cortar el cable equivocado, el rojo en lugar del amarillo, por miedo a que todo vuele por los aires.

Pasar siquiera un breve rato con Harvey significa familiarizarse con un hombre de encanto preternatural que, no obstante, es una olla hirviente de inseguridades, un hombre en el que el amor propio y el odio a sí mismo combaten como dos demonios, iguales en fuerza, astucia y determinación. Escucharlo hablar un rato significa divertirse sin parar, pero también terminar maltrecho por las incesantes oleadas de desmedido orgullo, suavizadas con disculpas, por la falsa modestia y la autocompasión, características que me hacen pensar en Richard Nixon.

Harvey, luciendo su sombrero de editor –también dirige Miramax Books– comenzó menoscabando mi proyecto, diciendo, como por mi propio bien, que libros como el que yo escribía no venden. No pasaba nada si me daba por contento con una palmadita en la espalda en los cócteles, pero mi libro era esencialmente un perdedor, y también lo era yo. A modo de comparación, mencionó varios libros de Miramax que entonces figuraban en la lista de los más vendidos del *New York Times* y preguntó: «¿Qué quieres escribir realmente?» Como él suponía –tiene una misteriosa habilidad para encontrar y apretar los botones correctos–, yo tenía, en efecto, un proyecto que abrigaba en secreto, y le dije de qué se trataba, sintiéndome todo el tiempo un gilipollas por dejar que jugase conmigo. Lo que le dije pareció entusiasmarlo. Se le encendió el rostro y bramó: «Es una idea estupenda, podrías ganar millones. Lo haremos, ¿no, Bob? ¿Por qué no dejas el libro que estás escribiendo ahora y haces éste?» Yo no acepté la proposición y Harvey pareció lamentarlo de veras por mí, puesto que así le había confirmado que, en efecto, era un perdedor.

De ninguna manera puede afirmarse que Sundance y Miramax son casos anómalos. Todos los que se mueven en la industria del cine intentan desesperadamente salirse con la suya; en este caso, controlar a la prensa. Pero, gracias, al menos en parte, a sus

hóldings editoriales –en esos días, la revista *Talk* seguía avanzando con dificultad y Harvey tenía intereses en *Gotham* y también en *Los Angeles Confidential*–, el huerto de zanahorias de Harvey es grande. Al final, más listo que Redford y seguidor de la máxima de Don Corleone –«Sé amigo de tus amigos y aún más de tus enemigos»–, decidió conceder una serie de entrevistas, cosa que le agradezco. Lo mismo puede decirse del pequeño ejército de antiguos empleados que han pasado por las puertas de Miramax. Dado que yo no estaba en condiciones de prometerles un refugio en el programa de protección de testigos, algunas de las personas a las que me acerqué tuvieron miedo a hablar, pero fueron muchas más las que aceptaron, a cara descubierta o no, o las dos cosas, y también a ellas quiero darles las gracias.

Tengo una deuda especial con Lynda Obst, una de las más agudas observadoras del mundillo de Hollywood que yo conozca, además de talentosa escritora, pues me animó a embarcarme en este libro y, cuando me encontré al borde, sin saber a ciencia cierta si podría terminarlo, me alejó del precipicio. También me gustaría dar las gracias a los amigos y colegas a los que me dirigí pidiendo ayuda, a la vieja pandilla de *Premiere*, ahora dispersa por los cuatro puntos cardinales: Susan Lyne, Rachel Abramowitz, Corie Brown, John Clark, Nancy Griffin, Holly Millea, Howard Karren, Kim Masters, Christine Spines y Mark Malkin, y también a Carl Bromley, James Greenberg, Michael Cieply, Charles Lyons, Dana Harris, David Carr y al investigador Stephen Hyde. Muchos actores del cine independiente que huyeron de estos agradecimientos como de un edificio en llamas, dedicaron parte de su tiempo a ponerme en contacto con las fuentes, pero tengo que subrayar que las opiniones aquí expresadas son mías, no suyas.

Sara Bershtel y Lisa Chase leyeron el manuscrito y me ayudaron con sus consejos, y lo mismo hizo Bruce Handy, mi editor en *Vanity Fair*.

Y, como hicieron en el pasado, Bob Bender, mi editor de Simon & Schuster, y mi agente Kris Dahl, de ICM, me prestaron una gran ayuda. También tengo que darles las gracias a mi esposa, Elizabeth

Hess, y a mi hija, Kate, por dejar leche y galletas delante de la puerta de mi despacho.

INTRODUCCIÓN: LA HISTORIA HASTA HOY

> A finales de los años sesenta y principios de los setenta, los estudios no sabían hacer películas comerciales para la cultura juvenil, de ahí que se volvieran hacia los directores nuevos y jóvenes para que les resolvieran el problema. Lo mismo ocurrió a lo largo de los años noventa. Con los años, esta generación produjo obras muy originales, inconfundibles y maduras que revitalizaron el cine norteamericano después de una década de películas bonitas y sosas. Fue la verdadera nueva ola americana desde finales de los años sesenta.
>
> EDWARD NORTON

Una fría y despejada mañana de noviembre de 1979, Robert Redford, una de las estrellas más rutilantes de los años setenta, inauguró un congreso de tres días para directores de cine y otros profesionales de las artes, y lo hizo en su casa, un albergue para esquiadores, con grandes vigas, en las laderas de los Timpanogos, en el North Fork de Provo Canyon, Utah. Sólo había pasado una década desde que *En busca de mi destino* estallara en las pantallas haciendo estallar la revolución del Nuevo Hollywood de los años setenta y cambiando las cosas para siempre; al menos, eso parecía entonces. Cuando esa época extraordinaria se acercaba a su fin, *Kramer contra Kramer*, la película más taquillera del año, recaudó más de cien millones de dólares; *Empieza el espectáculo (All That*

Jazz), de Bob Fosse, fue un gran éxito, y también *Apocalypse Now*, de Francis F. Coppola. Una de las películas más grandes de esa generación –*Toro salvaje*, de Martin Scorseseseguía vivita y coleando, y también *La puerta del cielo*, de Michael Cimino, lo que equivale a decir que el palacio de la sabiduría al que había conducido el camino de los excesos de esa década pronto se derrumbó con gran estrépito. En una especie de preestreno de las cosas que no tardarían en suceder, los jóvenes que ese año fueron al cine también hicieron cola para ver la primera entrega de *Star Trek* y la segunda parte de *Rocky, Terror en Amityville, El aventurero del espacio (Buck Rogers in the 25th Century), Huracán* y *Meteoro*.

El Nuevo Hollywood había terminado más o menos en 1975, cuando los ejércitos de Ho Chi Minh entraron en Saigón: Mike Ovitz –que pasaría de lo sublime a lo ridículo– fundó Creative Artists Agency (CAA, una de las principales agencias junto con William Morris e International Creative Management); Robert Evans dejó libre los despachos para ejecutivos de Paramount, y Universal estrenó *Tiburón*, de Steven Spielberg, el primer megaéxito de taquilla. En la segunda mitad de la década ya había retrocedido la marea de los movimientos pacifistas y de defensa de los derechos humanos que había sacado a flote a tantas películas del Nuevo Hollywood, dejando a la vista así una turbia extensión de bajíos repletos de basura de los estudios. Cuando el *tsunami* llamado Ronald Reagan arrasó todo lo que se le ponía por delante, el mercado reemplazó a Mao, el *Wall Street Journal* derrotó al Pequeño Libro Rojo y la economía basada en la oferta suplantó al poder del pueblo. Los *boomers*, los hijos de la explosión demográfica, los que libraron la guerra contra la guerra, se acercaban ya a la mediana edad, disponiéndose a ceder su puesto a la siguiente oleada demográfica, a los codiciosos, los miembros de la *Me-Generation* de los años ochenta (el apogeo del individualismo), seguidos por los de la Generación X («Gen-Xers») o los holgazanes *slackers* de principios de los años noventa, que no se preocupaban ni por los *yippies* de los sesenta ni por los *yuppies* de los ochenta.

En Hollywood, el nuevo régimen televisivo de Paramount recuperó el asilo ocupado por los niños mimados del cine, que, como el

Randle McMurphy interpretado por Jack Nicholson en *Alguien voló sobre el nido del cuco*, habían desaparecido con el carrito de la medicación. Los jefes de estudio, sentados muy contentos y a horcajadas en las bolsas de dólares con las etiquetas de *Fiebre del sábado noche* y *Superman*, habían alzado el puente levadizo, dejando encallados a directores apenas comerciales como Peter Bogdanovich, Bob Rafelson, Billy Friedkin, Hal Ashby e, incluso, al final, Scorsese y Coppola. Cuando *E.T*. arrasó durante todo el verano de 1982, rematando lo que había empezado *La guerra de las galaxias,* los estudios comenzaron un viaje propio, esta vez alimentado con dinero, no con drogas.

En ese eterno tira y afloja entre el arte y el comercio que es Hollywood, los productores musculosos arrastraban a los directores escuálidos y ciegos de cocaína, a través del naufragio de los setenta, hacia su propio territorio, lo que equivale a decir que el comercio fue el vencedor. En la década siguiente, Hollywood volaría en primera clase en la Simpson/Bruckheimer Gulfstream. Los géneros que solían ser clásicos de los estudios –como las películas familiares– emigraron a la televisión, empujando a los estudios más importantes en la dirección de las películas-atracción en un intento de capitalizar lo invertido.

Roger Corman, productor de películas de clase B en los años sesenta y principios de los setenta, solía quejarse de haber pasado momentos duros en los años ochenta, cuando las películas de clase B pasaron a ser de clase A, con auténticas estrellas y presupuestos muy superiores. Hollywood abandonó la experimentación de la década anterior, perdiendo interés por las películas sin pretensiones sobre gente real y su modo de vida –*La última película, Conocimiento carnal, Mi vida es mi vida*– en favor de fantasías que costaban un dineral. Todo lo que en los años setenta se había vuelto patas arriba volvió a ponerse del derecho. Los policías recuperaron su brillo, aunque fueran negros y, por lo tanto, peces fuera del agua, como Eddie Murphy en el ciclo *Superdetective en Hollywood*. Los soldados rasos volvieron a ser tropas de élite, y personajes de tira cómica, como Rambo, inflados como globos en el desfile del Día de Acción de Gracias de los grandes almacenes Macy, intentaron ganar

la guerra de Vietnam, mientras Superman y Batman volvían a librar las mismas batallas que *Harry el sucio* y Paul Kersey *(El justiciero)* habían ganado diez años antes... y sin capa. Con los blandos guiando a los blandos, las fantasías de Spielberg, ambientadas en barrios residenciales, sustituyeron a las malas calles de Scorsese. Los intentos utópicos de desafiar al sistema, lanzados por los directores más visionarios del Nuevo Hollywood –Coppola y George Lucas– habían fracasado en el caso de Coppola, o tenido demasiado éxito, como el imperio Skywalker de Lucas. No se le podía echar la culpa a gente como Robert Redford simplemente por darle la espalda a todo ese penoso desastre.

Redford no era un famoso de andar por casa. Aunque virtualmente era sinónimo del *glamour* de Hollywood, él se veía a sí mismo como un intruso. Demasiado convencional y conservador en sus hábitos personales, y demasiado prisionero de los vehículos para estrellas hechos a mano por George Roy Hill y Sydney Pollack, Redford no estaba dispuesto a presentarse voluntario para la siguiente película de Dennis Hopper, es decir, no iba a montarse de un salto en el expreso del Nuevo Hollywood con sus vagones llenos de sexo, drogas y rock and roll. Siguió casado muchos años con Lola Van Wagenen, y en las columnas de cotilleos era un desconocido. Por otra parte, era demasiado liberal para unirse al viejo grupo dirigente de Hollywood; a lo largo de toda su carrera se dedicó por entero a desplegar el poder que confiere la fama con vistas a articular un cambio social de signo progresista, mostrando particular afinidad por el medio ambiente y los derechos de los nativos norteamericanos.

Con todo, pese a su desprecio por Hollywood y su indiferencia por las trampas de la fama, y pese a todo ese aspaviento de ser un ciudadano de a pie, Redford siguió siendo, en muchos aspectos, la gran estrella. Aunque de voz suave y amable, era conocido por hacer esperar a la gente, por cancelar citas y no cumplir los compromisos. En Hollywood, todo el mundo sabía que cerrar un trato con Redford significaba caer en el infierno del «desarrollo» –notas de guión, guiones escritos, reescritos y vueltos a reescribir–, un círculo vicioso que casi siempre conducía a ninguna parte. Acostumbrado a que lo

adularan, a que lo tratasen con deferencia y a que le dijeran a todo que sí, desconfiaba de quienes lo rodeaban. Valoraba la lealtad, y la correspondía... a veces. Se negaba a delegar, pero actuaba de manera lenta e indecisa. Cauteloso por naturaleza, y casi paralizado por el perfeccionismo, siempre veía segundas intenciones en la gente que lo rodeaba. Podía ser encantador y divertido pero, como dijo un antiguo empleado: «No es una persona sociable.»

Aunque durante una década Redford había sido uno de los actores más taquilleros de Hollywood, cuando a finales de los años setenta echó un vistazo a su alrededor, no le gustó lo que vio. Diez años antes, los estudios habían estado tan desesperados, que directores como Scorsese y Robert Altman, que en los ochenta habrían sido –y casi lo fueron– independientes, pudieron trabajar dentro del sistema, razón por la cual una institución como la que Redford pensaba crear habría sido superflua. Sin embargo, el paisaje había cambiado tan radicalmente desde entonces, que de pronto la idea se convirtió en una necesidad. Redford comprendió que los directores más creativos estaban cada vez más excluidos del sistema. También reconoció que, si un aspirante a cineasta era marrón, negro, rojo o mujer, mejor que se olvidara; las posibilidades de que alguno de sus proyectos se rodara eran prácticamente nulas. Sabía que la cinematografía independiente era normalmente una empresa de fondo fiduciario porque, excepto unas pocas subvenciones nacionales y el dinero de los amigos de la familia, ortodoncistas, oculistas, etc., pocos fondos había para producir películas. Recaudar fondos, por no hablar de escribir, elegir el reparto, rodar y montar, constituía un esfuerzo brutal, un trabajo pesadísimo que podía durar años y, si por obra de algún milagro todo adquiría alguna forma, los directores solían descubrir, de acuerdo con el puñado de distribuidoras minúsculas y emergentes, que ellos mismos tenían que estrenar sus películas, lo cual los dejaba exhaustos, desencantados y sin un dólar. En suma, que los independientes necesitaban ayuda.

Redford pensaba que la cultura cinematográfica norteamericana podía aportar algo más que trasnochadas continuaciones y refritos; que, históricamente, antes de la renovada hegemonía de los estudios, el cine había sido un medio de expresión para genuinos

artistas, y que podía volver a serlo si esos artistas encontraban un sitio en el que refugiarse del mercado el tiempo necesario para educar sus capacidades y encontrar su voz. Por extraño que pueda parecer, Redford tenía o creía tener alguna experiencia de primera mano con los problemas con los que esos directores se topaban. Como ha dicho en reiteradas ocasiones: «Sabía qué significaba distribuir una película producida por uno mismo. En 1969 llevé bajo el brazo *El descenso de la muerte*, librando las mismas batallas que la mayoría.» Y así fue como comprendió, como él mismo dice, el dilema del director que «se pasa dos años haciendo su película y luego otros dos años distribuyéndola, sólo para descubrir que no puede ganar dinero con ella y que ha perdido cuatro años de su vida. Y pensé: ése es el que necesita ayuda».

A mediados de los años sesenta, Redford había comprado unas tierras semisalvajes al abrigo de una profunda garganta, a unos dos mil metros de altura en las Wasatch, Utah. Después compró la parcela de al lado, y la siguiente, y tras ganar bastante dinero con *Dos hombres y un destino*, su gran éxito, el 1 de agosto de 1968 él y sus socios compraron la estación de esquí y de deportes de Timp Haven. Debió de pensar: Abre una estación de esquí y vendrán. Lo que no sabía era que, debido a su altitud, relativamente escasa, el lugar tenía menos nieve de la necesaria y, por lo tanto, una temporada más corta que la de la competencia. Pese al dinero invertido, no fue nadie, o casi nadie. De hecho, la zona no nevada que había comprado pasó a ser una broma continua, si bien la hemorragia de tinta roja no tenía ninguna gracia.

Redford sabía que Aspen, Colorado, se había convertido en la sede del Instituto Aspen, transformando el somnoliento pueblo en la Meca de los blancos ricos con veleidades de esquiadores y de las escapadas invernales de rigor de las estrellas de Hollywood y los banqueros inversores. Construyendo en sus tierras una infraestructura parecida a la de Aspen, esperaba convertir un elefante blanco en una colonia para artistas que, en el mejor de los casos, podía aumentar el valor de la estación de esquí y convertirla en un negocio lucrativo y, en el peor, servir para muchas cosas

buenas. Fue ésta una jugada brillante que le permitió a Redford matar muchísimos pájaros de un solo tiro, y sin ánimo de lucro.

La finalidad del congreso organizado por Redford era sentar las bases de una organización novel que educara a los directores independientes. Se llamaría Sundance Institute, en honor al atracador de bancos que él había encarnado en *Dos hombres y un destino (Butch Cassidy and the Sundance Kid)*. El tufillo de bandolerismo que conllevaba ese nombre adulaba la sensación que Redford tenía de sí mismo: un inconformista de Hollywood. O mejor, la nueva empresa evocaba una película como *Los siete magníficos*, con Redford en el papel de Steve McQueen: la estrella rubia de Hollywod con su banda de forajidos, protectores de los impotentes granjeros (léase, los directores independientes) contra las depredaciones de los vándalos y saqueadores (los estudios) para que pudieran cosechar (películas) en paz.

El nombre de Redford atrajo a un impresionante conjunto de cerebros, pero esta convocatoria de almas gemelas era muy informal. Los participantes –muchos barbudos luciendo anoraks, camisas de lana a cuadros, Levi's y botas camperas que más tarde serían de rigor en Sundance– se hospedaron en el cercano centro turístico. Era un lugar idílico. Unas toscas cabañas aparecían y desaparecían entre las puntiagudas hileras de pinos de montaña y álamos temblones que cubrían las laderas, mientras un burbujeante arroyo serpenteaba cuesta abajo, deteniéndose un momento para formar un estanque («Bob's Pond») y seguir su camino. En un día claro, el aire era tan transparente que parecía que bastaba alzar la mano para tocar el cielo.

Modesto y tímido como siempre, y detrás de la barra, Redford, rodeado de su colección de *kachinas*,[*] sirvió cerveza a sus invitados. Su humilde actitud –«estoy aquí para escuchar y aprender»– junto con su Oscar al mejor director por *Gente corriente (Ordinary People)* un año más tarde, le ganaron el cariñoso mote de «Ordinary Bob», pero, en realidad, todo era un poquito demasiado, rozando lo *kitsch* y el parque temático de Eddie Bauer, Boblandia. (Más tarde, la tienda de regalos del centro turístico llegó a estar atiborrada de

neveras portátiles «Sundance».) Con todo, Redford tenía carisma y pasión de sobra, y con eso creaba un poderoso campo de gravedad.

Explicando el cebo del sueño de Redford, Liz Manne, que varios años después trabajaría para él en el Sundance Channel, habla por boca de muchos cuando dice: «Era una combinación de política y estética. [Bob] Hablaba mucho de la concepción del cine independiente y sobre la diversidad y la importancia de las voces únicas. Uno deseaba creer en la existencia de esa ciudad que brillaba en el horizonte. En este mundo no hay muchas oportunidades de hacer un buen trabajo, algo en lo que uno realmente cree. Por eso, poder trabajar para un tipo que defiende lo que él defiende, que predica con el ejemplo y que usa su poder y su fama de un modo que no puede calificarse de ignorante, sino de muy informado, es algo grandioso. Al principio, me sentía privilegiada por ser parte de la misión. Era una de las verdaderas creyentes, era una *moonie*.»*

Al final de esos tres días, los participantes se hicieron una foto enmarcados por una valla debajo de la casa de Redford. Cuando la sesión de fotos terminó, el actor y director extendió el brazo para recibir a un águila real que había sanado tras haber sido herida. Redford le quitó la capucha y la dejó en libertad. Cuando el gran pájaro desplegó sus poderosas alas y remontó el vuelo, aprovechando el aire y elevándose muy alto por encima de los allí reunidos, a nadie se le escapó el simbolismo –por alguna razón Redford era un director-estrella de Hollywood– y ni los más cínicos consiguieron reprimir una lágrima. Habían asistido al momento mismo de la Creación. Como el águila, Sundance se disponía a volar.

Ese mismo año, en Buffalo, en la otra punta del país, dos hermanos de Queens, llamados Weinstein, con el pelo rizado y nada atractivos, más cómodos con las palomas que con las águilas, se preparaban para trasladar su pequeña empresa cinematográfica, Miramax –bautizada así por los nombres de sus padres, Miriam y

Max–, a la ciudad de Nueva York, el centro de la movida. Los hermanos eran dos anomalías en el mundo de la distribución independiente. A diferencia de muchos de sus colegas, distribuidores que comenzaron su carrera dirigiendo cineclubs universitarios en los años setenta, los Weinstein se abrieron camino en el turbulento mundo de la promoción del rock. Dice Tom Bernard, copresidente de Sony Classics: «Todos reflejamos de dónde venimos. El negocio de la promoción del rock es sangriento. Cada cual defiende su territorio y se usan tácticas intimidatorias.»

A finales de los setenta, Harvey Weinstein había comprado el Century Theater, una sala en el centro de Buffalo; para mantener las butacas calientes cuando no la usaban para conciertos, él y Bobby, como aún llamaban entonces a su hermano, comenzaron a proyectar películas. Cuando trasladaron su numerito a Nueva York, Bobby pasó a ser presidente. Pero, a pesar de este pomposo título, seguía siendo el hermano menor de Harvey, que siempre lo defendía diciendo, por ejemplo: «Es posible que alguien piense que Bobby no es valioso para esta empresa, pero lo es. Y el que no lo crea ya puede largarse. No os metáis con mi hermano.» Sin embargo, Bobby quería ser su propio amo. Un día anunció: «Me llamo Bob. Llamadme Bob.» Estos dos productores musicales de poca monta se instalaron en un despacho en un apartamento de dos estrechas habitaciones sito en el 211 de la calle Cincuenta y seis Oeste, en la esquina con Broadway. No era un domicilio distinguido: una madama trabajaba en la entrada del edificio.

Harvey Weinstein, nacido en 1952, era una versión más pálida y gordinflona de Bob, al que le llevaba dos años. Parecía lo que era, el primer crep en salir de la plancha, antes de que queme demasiado. Con su metro ochenta y sus ciento veinte kilos y pico, era, en todos los aspectos, más grande que Bob, con dos ojos como dos pozos verde oliva en una cara redonda y pálida, un cuello como una boca de incendios y unas manazas que parecían dos chuletas de cordero. En otras palabras, alguien al que convenía evitar, aunque eso significara tener que cruzar la calle. Con el cuello de la camisa abierto y los faldones por fuera, y con dos oscuras medialunas de

sudor en las axilas, Harvey recordaba a Broderick Crawford en *El político*.

A Harvey siempre se lo veía con una Coca-Cola Light en una mano y un True Blue en la otra, encendiendo un cigarrillo con la colilla del que estaba por apagar, aspirando, más que inhalando, todo el cigarrillo, el humo, el papel, el tabaco, un pitillo tras otro y cajetilla tras cajetilla. Los asistentes aprendieron a comprar Coca-Cola por cajas, cigarrillos por cartones, chocolatinas al por mayor, o al menos eso parecía, como si Harvey fuera miembro fundador de los grandes almacenes Sam's Club. Era un hombre de grandes apetitos. Verlo comer era una experiencia difícil de olvidar. Hacía pensar en las grandes escenas de gula del cine, en *La Grande Bouffe* o en la espectacular secuencia de *El sentido de la vida* en la que un voraz comensal explota como un globo. Siempre cuidando su peso, en los primeros tiempos Harvey almorzaba, por ejemplo, un sándwich de ensalada de atún con pan de centeno tostado, una loncha de queso americano y la inevitable Coca-Cola Light. Pero luego remataba la ingesta con una o dos raciones de patatas fritas, como si quisiera premiarse por su contención. Como dijo una vez Bingham Ray, socio fundador de October Films y ahora jefe de United Artists, inclinándose para remedar una mirada de cerca a un arcón imaginario: «Veamos, Harvey, ¿qué has comido hoy? Veamos, sí... sopa de guisantes, pizza, ensalada, natillas. Por eso empezó a usar camisas negras.»

Más que tratar de limar los bordes ásperos, Harvey hacía alarde de ellos, intentaba convertirlos en bazas a su favor. Aunque era conocido como alguien cuya palabra a veces no significaba nada, se había forjado la reputación de decir la verdad. Sabía que el sudor, las manchas de comida, la ropa descuidada y los demonios interiores que se hacían patentes en su maltrecho rostro podían usarse para enviar un mensaje que decía, citando a Popeye: «Soy lo que soy.» Y en el mundo de las apariencias en el que se movía –trajes de Armani y Mercedes 500 SL–, la mitad de las veces la estrategia funcionaba. La gente lo admiraba porque era fiel a su naturaleza, y a veces le perdonaba los pecados. En palabras de Matt Damon: «Es la vieja historia del escorpión y la rana. El escorpión está sentado a la orilla

de un río; pasa una rana y el escorpión le dice: "Llévame a la otra orilla." La rana le contesta: "No, porque cuando lleguemos me vas a picar y vas a matarme." El escorpión dice: "Por favor, yo nunca haría eso, estoy pidiéndote un favor." Al final, la rana acepta, lo cruza montado a la espalda y, en cuanto llegan a la otra orilla, el escorpión la pica. Mientras la rana agoniza, dice: "¿Por qué lo has hecho?" El escorpión la mira desde arriba y dice: "Porque soy un escorpión, es mi naturaleza." Lo mismo pasa con Harvey. Es su naturaleza.»

Harvey, al que le encantaba ser el centro de atención, podía ponerse sumamente atractivo. De hecho, le gustaba gustar. Era gracioso, manejaba un ingenio rápido y mordaz que podía aplicarse a sí mismo cuando quería o, con la misma facilidad, volverse contra los demás, haciendo llorar más de una vez a hombres hechos y derechos. Cuando tenía una buena racha, nadie era más gracioso que él. Hablando de tal o cual persona, dijo una vez: «¡Es la clase de tío al que tienes que darle la mano mientras le cortas la cabeza!»

Y habitando en alguna parte del pecho de Harvey estaba el alma de si no un poeta, sí al menos un cineasta. Le encantaba el cine: las películas de clase A, de clase B, de terror, de ciencia ficción, las comedias, los musicales, el kung-fu, toda clase de películas, pero, en especial, le encantaban las películas extranjeras, las películas de arte y ensayo, las películas «especializadas». Le encantaba contar la historia de cuando fue a ver *Los cuatrocientos golpes* con sólo catorce años; creía entonces, por razones que él conoce mejor que nadie, que era una película de sexo, pero durante la hora y media que pasó en el cine, la magia de François Truffaut lo transportó a otro mundo. Dice Mark Lipsky, jefe de distribución de Miramax a finales de los años ochenta: «He oído esa historia –"Vi *Los cuatrocientos golpes* y cambió mi vida"– un millón de veces. Es significativo que sea Harvey el que la cuente, y no Bob.»

Bob, vestido de negro, siempre parecía un poco descolocado, incómodo en su piel, como si no se encontrase en el lugar correcto, sino en algún mundo propio. Si Harvey era más grande que él mismo, Bob era más pequeño e intenso, una reducción, la esencia de Hervé. Si Harvey era el que daba la cara, Bob era el que se

quedaba dentro. Era más tranquilo, prefería permanecer en la sombra. A Bob no le importaba si caía bien o no.

Pese a lo que le dijo a la prensa –«Somos artistas. No nos interesa el dinero»–, a él no le importaba mucho Truffaut. Como concisamente dice Patrick McDarrah, ex ejecutivo de Miramax: «En este negocio todo es ego y codicia. Harvey es el ego; Bob, la codicia.» A Bob le gustaban las películas comerciales, el producto que pasaba directamente a vídeo. Él se centraba en el saldo final. Cualquiera que fuese la película, siempre quería saber: «¿Vamos a ganar dinero, Harvey?»

Si Harvey llevaba el corazón en la mano, Bob era opaco, sujeto a extremos cambios de humor. «Es imposible saber qué ocurre realmente en la cabeza de Bob», dice Mark Tusk, que a mediados de los años noventa llegó a ser uno de los miembros más eficientes de las tropas de asalto del departamento de compras: «Es capaz de moverse por diez centavos.»

Sundance y Miramax, las torres gemelas del cine independiente, proyectarían largas sombras sobre esta historia. Sin embargo, en 1979 sólo eran sueños. Más o menos en los días en que el águila de Redford alzó el vuelo y en que los Weinstein se instalaron en Nueva York, tres modestas películas independientes se estrenaron sin demasiado bombo, con críticas respetuosas y recaudaciones decentes. Ninguna tuvo el impacto sísmico de la película de Dennis Hopper y Peter Fonda, y todas exhibían conspicuamente su seriedad, pero para los que buscaban ansiosamente una alternativa a los productos de los estudios, impecables, demasiado producidos y demasiado vacíos, fueron motivo de júbilo. Una fue *Alambrista* (1978), dirigida por Robert M. Young y producida por Michael Hausman; la segunda, *Northern Lights* (1978), escrita y dirigida por Rob Nilsson y John Hanson, y la tercera, *Heartland* (1979), dirigida por Richard Pearce y producida por Annick Smith. *Alambrista* contaba la historia de la lucha de los mexicanos ilegales para

encontrar trabajo en los Estados Unidos. *Northern Lights* rendía homenaje al esforzado radicalismo de los granjeros inmigrantes de Dakota del Norte, los que formaron la Non-Partisan League* para protegerse de los grandes bancos, de los graneros y los ferrocarriles. Por su parte, *Heartland* se centraba en los padecimientos y las tribulaciones de una viuda valiente que desafía al duro Oeste a principios de siglo, cuando ella solita se monta su granja. Mientras que la nerviosa y paranoica *En busca de mi destino* consideraba que la vasta extensión del país entre las dos costas era zona de fuego de los campesinos sureños, Nilsson, Hanson, Pearce y Smith la celebraban, precisamente, como la tierra de mi corazón. Los tres filmes son obra de directores de la generación del Vietnam, marcados todos por un residuo de esa política. Más tarde, en los años ochenta, esa clase de regionalismo que es la sal de la tierra, y que esas películas celebraban, degeneró en un absurdo estímulo para corrales y cuadrillas al estilo Garrison-Keillor,** pero al principio destacaban como centinelas solitarios atentos a la llegada de las hordas de Hollywood.

En 1978, Sandra Schulberg, productora asociada de *Northern Lights*, ayudó a fundar el Independent Feature Project (IFP), el primer ladrillo institucional en la infraestructura del cine independiente. El IFP organizó una serie de seminarios sobre lo que significa trabajar fuera del sistema –cómo recaudar fondos, cómo producir, como autodistribuirse–; fue como inventar la rueda. El objetivo era sencillo, introducir a los independientes norteamericanos en el sistema de distribución que ya funcionaba para las películas extranjeras, pero su ejecución estaba lejos de serlo. Con todo, en 1980, *En busca de mi destino* reapareció finalmente en la modesta guisa de *The Return of the Secaucus 7*, de John Sayles, que, arropada por Vincent Canby, del *New York Times*, obtuvo una recaudación sorprendente: dos millones de dólares. Pese a sus evidentes diferencias, las dos películas eran asombrosamente parecidas, con el otoñal *Secaucus 7* lamentándose por una revolución fallida, una glosa sobre la famosa frase de Fonda en *Easy Rider*: «La hemos cagado.» A diferencia de *Rocky, Superman,*

Porky's y otras, la película de Sayles abordaba un tema serio –el agotamiento del movimiento pacifista en la posguerra– que afectaba y podía, en teoría al menos, interesar a gente real. «No puede decirse que tuviéramos financiación cuando empezamos», dice Sayles. «Era duro enviarle un guión independiente a un actor, y nadie se molestaba en ir a un estudio a menos que el guión fuese comercial. Incluso así, si no tenías la conexión de un agente, no lo leían. Las películas independientes estaban realmente fuera del juego.» *Secaucus 7* costó apenas sesenta mil dólares y la financió enteramente Sayles; nunca se podría haber hecho en un estudio, aunque, previendo lo que se avecinaba, Columbia se la apropió y la transformó en *Reencuentro (The Big Chill)*.

A *Secaucus 7* le siguieron películas como *Mi cena con Andrés* (1981), de Louis Malle, que recaudó 1,9 millones; *Chan Is Missing*, de Wayne Wang (1982), que recaudó un millón; *¿Y si nos comemos a Raoul*? (1982), de Paul Bartel, con 4,7 millones; *El Norte* (1984), de Greg Nava, 2,2 millones, y una serie de películas de John Waters en las que actuaron Divine, Mink Stole y el resto de su patentado zoológico de bichos raros. En 1984, Jim Jarmusch rodó *Extraños en el paraíso*, que no costó casi nada y recaudó 2,5 millones de dólares. Ese mismo año, los hermanos Coen (Joel, que había estudiado en la escuela de cine de la Universidad de Nueva York, y Ethan, que no había estudiado nada) hicieron una película maravillosamente cruel llamada *Sangre fácil*, que no costó prácticamente nada y recaudó 2,1 millones. Otro graduado de la Universidad de Nueva York, Spike Lee, se impuso con *Nola Darling (She's Gotta Have It*, 1986), que consiguió una magnífica recaudación de 7,1 millones. David Lynch hizo su entrada con *Cabeza borradora* (1977) y luego, en 1986, con *Terciopelo azul*. Pronto quedó claro que, si antes hubo un chorrito de documentales mal financiados, complementado con el ocasional largometraje de grano grueso subfinanciado, ahora aparecía un relativo flujo de películas exhibibles y razonablemente bien producidas, algunas de las cuales obtuvieron, durante los años de Jimmy Carter, un nivel sin precedentes de apoyo público por parte del National Endowment for the Arts. De repente pareció que había un movimiento independiente con gente que se preocupaba por el

cine. Los organizadores de Sundance tenían la esperanza de que estos directores crecidos en casa generasen la energía, la emoción y la taquilla que en los años sesenta habían tenido Ingmar Bergman, los italianos y la *nouvelle vague* francesa.

Sin embargo, las pocas distribuidoras con la influencia necesaria para merecerse pantallas decentes, como UA Classics, donde Ira Deutchman, Tom Bernard y Michael Barker daban sus primeros pasos, seguían trabajando básicamente con películas extranjeras, y con bastantes buenos resultados, hasta tal punto que, a principios de los años ochenta, casi todos los estudios tenían su división de clásicos. En su mayor parte, las películas independientes seguían siendo una curiosidad sin un público demostrable. En 1982, Deutchman dejó UA Classics para formar equipo con Amir Malin y John Ives, con quienes creó una nueva empresa llamada Cinecom. «Los estudios ofrecían más por las películas extranjeras de autor, de Truffaut, Fellini, Bergman, sin guardar ninguna proporción con lo que podían ganar», recuerda Deutchman. «Cuando nos pusimos en marcha, dijimos: "No podemos competir con lo que hace esa gente. ¿Qué podemos hacer que sea diferente?" Empezamos a aprovechar lo que en ese momento comenzaba a llamarse cine independiente americano. No es que pensáramos que fuese lo más grande que se avecinaba; lo que hicimos fue simplemente huir de lo que sabíamos que no podíamos permitirnos.» En palabras del ex vicepresidente de distribución de Miramax: «Las películas especializadas eran un campo pequeño y enrarecido. Si una película hacía un par de millones de dólares, decían: "¡Vaya, es estupenda!" Entonces podías manejar tu activo, cerciorarte de que no te harías daño y obtener un beneficio modesto.»

Sin embargo, las películas independientes tenían una ventaja que terminaría siendo decisiva. Cinecom tuvo la buena suerte de abrir sus puertas justo cuando se iniciaba el auge del vídeo. «Muchas de esas empresas emergentes de vídeo estaban tan ávidas de productos para sus estanterías, que cualquier cosa con dos agujeros para meter en vídeo valía, para ellos, algo de dinero», dice Deutchman. «Esos tipos no se interesaban nada por películas extranjeras porque la gente no quería leer subtítulos. Estas películas

norteamericanas, pese a que en las salas no llegaban a un gran público, valían algo en vídeo.»

El vídeo aniquiló el mercado de películas extranjeras de la noche a la mañana y, junto con el cable y la televisión pública europea, alimentó la explosión de los independientes norteamericanos con un montón de dinero. Compañías como Vestron, RCA/Columbia Home Video y Live Entertainment comenzaron a canalizar dinero directamente a la tubería de producción. Entretanto, con Deutchman a cargo de las compras, Cinecom estrenó una serie de éxitos, incluidos *Stop Making Sense*, el documental de Jonathan Demme producido por Talking Heads Films (1984), que se embolsó 5,5 millones de dólares; el monólogo *Swimming to Cambodia*, de Spalding Gray, que recaudó un millón, y la tercera película de Sayles, *Brother from Another Planet* (1986), que a Cinecom le costó sólo cuatrocientos mil dólares y recaudó 3,7 millones.

Las viejas distribuidoras, como New Yorker Films, New Line y Samuel Goldwyn Company, también comenzaron a cebarse en el comedero del vídeo, mientras montones de novatas se les colaban por entre las piernas. UA Classics la había lanzado United Artists, de Arthur Krim, una empresa conocida por su buen gusto y su actitud abierta a los nuevos talentos. Cuando en 1978 Krim se marchó para abrir Orion Pictures, Barker y Bernard, de UA Classics, lo siguieron y formaron Orion Classics. Dice Bernard: «Cuando tuvimos nuestro primer trabajo en UA, seguimos la misma teoría de Krim. Una vez establecidos el guión y el director, y cuando quedaba claro que la película podía hacerse con el presupuesto que ellos querían, nos hacíamos a un lado y dejábamos que los artistas hicieran su trabajo. No interferíamos en el proceso creativo diciéndoles, por ejemplo, cosas como: "Ya la arreglaremos nosotros, la volveremos a montar por vosotros." Lo último que queríamos era influir en la visión del director.» Las otras distribuidoras independientes compartían esta actitud. A diferencia de los estudios, donde antes y después de los años setenta enredar con las películas era de rigor, estas empresas se ponían al servicio de los directores.

A mediados de los años ochenta, las películas independientes comenzaban a consolidar una identidad y un público. Las

recaudaciones se dispararon. En 1985, *El beso de la mujer araña* acumuló unos maravillosos diecisiete millones para Island, y *Regreso a Bountiful* recaudó 7,5 millones. El año siguiente fue el año de *Una habitación con vistas,* de Ismail Merchant y James Ivory, que recaudó veintitrés millones para Cinecom, mientras un trío de películas británicas –*Sid y Nancy, Mi hermosa lavandería* y *Mona Lisa*– también fueron importantes éxitos de taquilla. El campo estaba llenándose tanto, que era forzoso que se produjese una corrección, cosa que ocurrió en 1987, con el crac del mercado de valores, que, combinado con la exagerada expansión de la mayoría de distribuidoras de éxito, provocó una tremenda sacudida. Al final de la década, los cielos se abrieron y soltaron una lluvia negra de empresas agonizantes, incluidas algunas que, como Cinecom y Vestron, habían parecido muy sanas pero habían cometido el error de dejar de dedicarse a las compras para hacer sus propias películas.

Auténticos hijos del Nuevo Hollywood, los independientes absorbieron, al principio, la estética anti-Hollywood. Se ha discutido hasta la saciedad qué es lo que define una película independiente, pero en aquellos días, pese a objeciones a tal o cual película, existía algo parecido a un consenso. Dominaban los puristas. Como dice el director y productor Sydney Pollack: «Independiente por lo general significaba ser una alternativa a los filmes precocinados o convencionales hechos por los estudios.» Los *indies* eran todo lo que Hollywood no era. Si Hollywood vendía fantasías y escapismo, a los independientes el realismo y el compromiso les venían como anillo al dedo. Si Hollywood evitaba los temas polémicos, los independientes los preferían a todos los demás. Si el cine de Hollywood era caro, los filmes independientes eran baratos. Si Hollywood recurría a las estrellas, los independientes preferían a actores desconocidos, incluso a no actores. Si Hollywood se reservaba el derecho al montaje definitivo, los independientes lo reclamaban para ellos. Si Hollywood explotaba géneros a cielo abierto y hacía películas como

salchichas, las películas independientes expresaban visiones personales y eran, en consecuencia, únicas y a prueba de secuelas. Si Hollywood hacía películas en comité, los independientes las hacían con sensibilidades individuales que escribían y dirigían y, a veces, también filmaban y montaban. Si Hollywood empleaba a directores contratados para hacer una película, los *indies* eran directores que rezaban en el altar del arte. Mientras los directores acumulaban BMW y casas en Malibú, los cineastas independientes hacían increíbles sacrificios y vivían en Nueva York, de preferencia en el Lower East Side. Hacían chanchullos, estafaban, mentían y engañaban, e incluso vendían drogas y hasta su propia sangre, si hacía falta, para financiar sus películas.

Hollywood favorecía el espectáculo, la acción y los efectos especiales; los independientes, en cambio, trabajaban a una escala más íntima, dando prioridad al guión y haciendo hincapié en los personajes y la puesta en escena. Allison Anders *(Área de servicio)* lo expresó magníficamente cuando describió su propia estética. Anders decía que la historia parecía una «cuerda de tender la ropa. Me interesa lo que cuelga de la cuerda, no la cuerda en sí. En su mayor parte, las películas de Hollywood tratan de la cuerda». Si Hollywood reflejaba el gusto popular, al que le hacía el juego, los independientes trabajaban sin pensar en el público, y si encontraban un público, era por milagrosa casualidad y muy probablemente se trataba de un mercado sumamente específico, no de un público masivo. Del mismo modo, si las películas de Hollywood se insertaban en un sistema económico que amortiguaba el riesgo con mercados secundarios o auxiliares,* los independientes se lanzaban de cabeza –a menudo tontamente– sin pensar en la distribución. Trabajaban sin red.

El cine independiente existía en el hueco entre los rodajes de las películas de Hollywood, es decir, se preocupaba por lo que Hollywood dejaba fuera. También era cierto lo inverso: excluía lo que Hollywood incluía, no sólo porque no les interesaba, sino también porque no podían permitírselo. La pobreza inspiraba la estética. Hollywood reproducía la sabiduría convencional y la ideología

dominante; los independientes desafiaban a ambas. A veces. Como Young, Pearce, Sayles y Lee, el primer grupo de cineastas independientes de los ochenta se forjó en el crisol de los derechos civiles y los movimientos pacifistas, con suficiente aguante para sobrevivir a los años setenta y animar sus valores. Sayles, en particular, había asimilado la política de los años sesenta, mientras que la obra de Lee muestra influencia de los Panteras Negras. Ambos directores llevaban chips políticos en el hombro; otros rompían los tabúes sexuales, como Gus Van Sant en *Mala noche*, exploraban un territorio estético no convencional, como Jarmusch, o se limitaban a desplegar una irónica sensibilidad de sabelotodos, como los hermanos Coen. Las películas independientes nunca fueron programáticamente de izquierdas, y ni siquiera «políticas», salvo en la vertiente más atenuada, pero muchas estaban imbuidas de una actitud Nosotros/Ellos respecto de los estudios y otras instituciones estadounidenses similares a las que en los años setenta apoyaron a los niños mimados del cine. Las preocupaciones de las dos décadas anteriores –clase social, trabajo, raza, el imperialismo americano y el género– acabaron, con raras excepciones, relegadas al olvido, pero, en virtud del empuje democratizador del movimiento, en cuanto sucesor de grupos privados de derechos –los homosexuales, las mujeres, la gente de color– ganaron cierto acceso a la cámara; por las circunstancias de su producción (pasar la gorra), eran, casi por definición, películas de gente de fuera de la industria y, por lo tanto –aunque vagamente– en la oposición por naturaleza.

Muchos de los principales filmes independientes de los años ochenta contaban la historia de perfectos desconocidos, de lisiados y cojos *(The Waterdance)*, de negros furiosos *(Haz lo que debas),* de trabajadores indocumentados *(El Norte),* de homosexuales infectados por el sida *(Miradas en la despedida),* de camellos y matones *(Drugstore Cowboy)* e incluso de obesos *(Heavy).* En relación con el sexo o el género, un buen número de esas películas eran ligeramente perversas –transgresoras, para usar una palabra de moda– y ofrecían a los espectadores un atisbo de temas raramente tratados en las películas convencionales. Es el caso de *Terciopelo azul,* de David Lynch, o de las *Chicas de New York*, de Lizzie Borden,

versus la *Pretty Woman* de Disney. Dado que los pioneros despreciaban las películas convencionales, el peor pecado era «venderse». Jarmusch siempre trabajó fuera del sistema, mientras que Sayles, Lee y los Coen hicieron incursiones en los estudios, si bien la mayoría terminó mal. Los estudios, otra vez prósperos, no estaban dispuestos a inclinarse una segunda vez por cineastas inconformistas con ideas propias sobre cómo había que hacer las cosas.

Dicho esto, y con ciertas excepciones, como la obra de Jarmusch, esas películas permanecieron intactas por la clase de payasadas estéticas que informaron a los directores *underground* y antinarrativa de los años cincuenta y sesenta, como Stan Brakhage, Michael Snow, Andy Warhol e, incluso, el Nuevo Hollywood. «El pecado original del cine independiente norteamericano, cuando se apartó de la vanguardia, fue la introducción de la narrativa», dice el guionista y productor James Schamus, ahora copresidente de Focus Features. «Una vez que lo haces, comienzas a insertarte en un sistema de consumo. En ese momento, no importa si tienes o no en tu poder los medios de producción, a lo Karl Marx, porque lo que no has hecho es apropiarte de los medios de exhibición, de márketing y de distribución y por eso terminas teniendo que jugar según las reglas de los grandes.»

Si miramos hacia atrás, es obvio que los años ochenta fueron el gran pantano primigenio del que salieron los independientes, saltaron a tierra y se metieron en la jungla. Como dice Sayles: «Se parece a mirar un registro fósil de todos los animales que una vez existieron.» El drama darwinista del comer o ser comido, la competencia entre corporaciones que destruyó a compañías prometedoras como Cinecom y Vestron en cuanto empezaron a dedicarse también a la producción, dejó espacio para que respirasen unos indisciplinados más jóvenes y vigorosos que emergían en ese momento y que, a su vez, permitieron que la siguiente oleada de independientes se irguiera sobre sus dos patas traseras y salpicara con fango la cara de los dinosaurios de los estudios.

Hacia 1990, Hollywood se encontraba más centrado que en la década anterior en películas basadas en historietas y en

acontecimientos, creando un espacio, por no decir un continente entero, para los directores que querían contar historias con una escala humana. Aunque puede afirmarse que los años noventa –una década en que los independientes alcanzaron una *détente* con Hollywood, su antiguo enemigo– marcaron el final del movimiento, como afirmación es demasiado rotunda. Para nuestros propósitos fue una época en la que crecieron y florecieron las semillas sembradas en la década anterior. Los pioneros –Sayles, Lee, Lynch, Demme, Van Sant, Wang, Waters y los hermanos Coen– siguieron evolucionando, pero al cabo de pocos años se les sumó un auténtico enjambre de películas y directores, entre los que hay que incluir: *Área de servicio*, de Anders; *Sexo, mentiras y cintas de vídeo,* de Soderbergh; *La increíble verdad*, de Hal Hartley; *Slacker*, de Rick Linklater; *Veneno*, de Todd Haynes; *Vivir hasta el fin*, de Gregg Araki; *Reservoir Dogs*, de Quentin Tarantino; *Spanking the Monkey*, de David O. Russell; *Comer, beber, amar*, de Ang Lee; *Clerks*, de Kevin Smith; *In the Company of Men*, de Neil LaBute; *El mariachi*, de Robert Rodriguez; *Cuestión de sangre*, de James Gray; *Copland*, de James Mangold; *Vivir rodando*, de Tom DiCillo; *Un paso en falso*, de Carl Franklin; *Laws of Gravity*, de Nick Gomez; *Bienvenidos a la casa de muñecas*, de Todd Solondz; *Kids*, de Larry Clark; *Walking and Talking (Nadie es perfecto)*, de Nicole Holofcener; *Citizen Ruth*, de Alexander Payne; *Bottle Rocket* y *Boogie Nights*, de los Anderson, Wes y P. T.; *High Art*, de Lisa Cholodenko; *Boys Don't Cry*, de Kim Peirce; y *Pi*, de Darren Aronofsky. Todo esto sin mencionar a los directores británicos, irlandeses y australianos distribuidos en los Estados Unidos, como Michael Caton-Jones *(Escándalo);* Jim Sheridan *(Mi pie izquierdo);* Jane Campion *(El piano);* Neil Jordan *(Juego de lágrimas)* y, más tarde, Danny Boyle *(Trainspotting)*.

Como el Nuevo Hollywood, con sus célebres Jack Nicholson, Robert De Niro, Harvey Keitel, Al Pacino y Dustin Hoffman, los independientes introdujeron a toda una nueva generación de actores de carácter, como Steve Buscemi, John Turturro, Tim Roth, Joaquin Phoenix, Tim Blake Nelson, Billy Bob Thornton, James Spader y John C. Reilly, y a actrices como Lili Taylor, Parker Posey, Catherine Keener, Janeane Garofalo, Gwyneth Paltrow, Annabella Sciorra y

Uma Thurman. Da fe de la diferencia entre las dos décadas el hecho de que, en su mayor parte, a diferencia de sus predecesores, estos actores –particularmente los étnicos– no pudieran dar el salto y llegar a ser estrellas. En realidad, el movimiento iba en otra dirección, con las estrellas de Hollywood inclinándose para conquistar, con papeles de carácter, el cine independiente.

Como los años setenta, los noventa estuvieron preñados de cambios. «Recuerdo el Festival de Nueva York en el que se estrenaron *Sangre fácil* y *Extraños en el paraíso»*, dijo el productor Ted Hope. «De repente, los hermanos Coen subieron al escenario y los reconocí... Iban al mismo supermercado que yo... Me dije: "¡Oh, Dios mío, si son esos que fuman porros en el barrio!" Y dos días después de ver *Extraños en el paraíso* me encontré a Jim Jarmusch en el metro. De algún modo, todo parecía posible.» «En 1991 yo acababa de terminar mis estudios», recuerda Edward Norton. «Tenía veintidós años. Reinaba la sensación de que todo era posible. Yo estaba conociendo Nueva York, haciendo teatro, y tenía una amiga, Connie Britton, que vivía enfrente de mi casa. Un día me la encontré y le pregunté:

»"¿En qué andas?"

»"Se supone que voy a ir a la prueba que está haciendo un modesto director independiente. Es en Brooklyn, pero la verdad es que no tengo ganas de ir."

»"¿Has leído el guión?"

»"Sí."

»"¿Te ha gustado?"

»"Sí, mucho."

»"¿Y por qué diablos te quejas? No puedes dejar de ir a esas pruebas."

»Más tarde me dijo: "Ese tipo quiere que la haga. Son nueve o diez fines de semana, en casa de sus padres. Tiene veinticinco mil dólares."

»"Connie, nunca has trabajado en cine. Tienes que hacerlo, sólo por la experiencia." Lo hizo, y cinco meses después me dijo: "Vi la película que hice. Es muy buena, y acabamos de enterarnos de que irá al Festival de Sundance."

»¡Era *Los hermanos McMullen*! Así eran las cosas que pasaban, sentíamos que había un nuevo vórtice al que uno podía dirigirse y que no tenía nada que ver con Hollywood, la sensación de que, ¡mierda!, un chico con veinticinco mil pavos que le habían dejado los padres podía terminar en el Festival de Sundance y que luego las puertas se abrían a ese nuevo resorte.»

Los independientes de los años noventa formaban un grupo variopinto, desde Haynes, con sus ejercicios astringentes de cine gay con ciertos ramalazos teóricos, hasta Smith, con su veintitantas groseras comedias de veinteañeros. Y, en el medio, todas las variedades concebibles. Les faltaba la cohesión de la generación de los setenta, los niños mimados del cine, y muchos de los independientes de última hora echaron de menos la sensación de comunidad que, en su imaginación, sí habían tenido los directores de los setenta, la sensación de ser hijos del destino. Dice Anders: «Es muy emocionante, cuando empiezas a hacer cine, enterarte de lo que fueron Scorsese y sus pares cuando todos empezaron juntos a hacer cine, las historias sobre cómo De Palma iba y montaba una de sus escenas para *Malas calles*, piensas que esos chicos formaron parte de un mismo momento histórico.» En realidad, el Nuevo Hollywood habita en los independientes de los años ochenta y noventa como una obsesión. «Para ser franco, durante toda mi carrera he estado fingiendo que estamos a finales de los sesenta y a principios de los setenta», dijo Soderbergh. «He tratado de adoptar la idea de inocular una estética cinematográfica europea en material local. Lo que quiero decir es que ésa fue la gran aportación de esos directores.» En los años ochenta aún existía una red de salas de reposiciones que dieron a los independientes en estado larvario el acceso a las películas del Nuevo Hollywood, y también a clásicos extranjeros y a los grandes de Hollywood de toda la vida. «Recuerdo que vi *Taxi Driver* en una de las salas Landmark», cuenta Linklater, que creció en Texas. «Fue justo después del atentado fallido contra Reagan. Salí del cine y estuve dos días como en las nubes. Nunca olvidaré esos años. Yo estaba enamorado del cine y todas las noches había algo: *Badland, Days of Heaven*, reposiciones como *El cuarto mandamiento, La gran ilusión, Los olvidados*. La verdad es que tenía

algo de mágico sentarse en un cine y ver esas hermosas copias en 35 mm. Todo eso ya ha pasado.»

Con la ventaja de la visión retrospectiva, está claro que la generación de los años noventa fue un movimiento, pese a estar mal definido y ser muy diferente del Nuevo Hollywood. No obstante, sus películas, con excepción de las de Quentin Tarantino, no son tan atractivas como las de sus predecesores, no tienen un «mírame» escrito en la frente, y algunos de los directores más destacados llegaron a rechazar la etiqueta de *auteur*. «La verdad es que pensaba que iba a crecer y convertirme en Martin Scorsese», dice Soderbergh. «No soy uno de esos visionarios, estoy más o menos en el medio. Lo que quiero es la carrera de John Huston, trabajar mucho tiempo y hacer toda clase de películas.» Por consiguiente, sus logros están engañosamente subestimados. Dice Schamus: «La mayoría de los directores son audaces desde el punto de vista estético, pero austeros y rigurosos al mismo tiempo. Se levantan por la mañana y van a trabajar. Sus voces son únicas, pero no reivindican forzosamente un derecho a la grandeza. El trabajo estético está enfocado, tiene un objetivo y no es ambicioso.»

Si bien el cohete de los independientes llevó a la estratosfera a toda una nueva generación de directores con talento, nunca habría despegado de la plataforma de lanzamiento si no hubiese sido por los empresarios aún desconocidos, pero talentosos, que se arriesgaron con películas que nadie creía comerciales. Como nos ha enseñado el Green Light Project, cuando los presupuestos son bajos y las agendas de rodaje cortas, el drama que se desarrolla detrás de la cámara es tan convincente como el que se representa delante. En palabras del veterano distribuidor Ray Price: «Un buen trato es más inteligente que una buena película. Ya puedes hacer la mejor película del mundo, que a nadie le importa. Pero un buen contrato nunca te traiciona.» Es famosa la frase de Jean-Luc Godard: «Para hacer una película, lo único que se necesita es una chica y un

revólver.» Podría haber añadido: «Si quieres que alguien la vea, necesitas un distribuidor.» Dice Kevin Smith: «Las películas independientes se impusieron basándose en las hábiles tácticas de venta de los distribuidores que las representaban y en la personalidad de la gente que hizo esas películas, y no tanto en la personalidad, sino en todo lo que les ha ocurrido antes. Robert Rodriguez es un ejemplo fantástico. *El mariachi*. Y también Billy Bob Thornton. Los años noventa parecen tratar siempre de eso que ocurrió antes.»

Los que nos proporcionaban esas historias eran los distribuidores, los que comercializaban las películas, y si los años setenta fueron la década de los directores, los noventa fueron la de los distribuidores. Históricamente, el márketing siempre ha estado en el centro del negocio independiente. Si el «producto especializado» no hacía dinero, entonces no podía existir, y la mayoría de las distribuidoras las dirigían gente de márketing, como Deutchman en Cinecom y luego en Fine Line; Barker y Bernard en UA, Orion y, por último, en Sony Classics. O Bingham Ray y Jeff Lipsky en October. Por supuesto, empezando a finales de los setenta, cuando los ejecutivos de márketing llevaban las riendas de la producción en los estudios, obtener la última palabra sobre lo que podía o no podía tener luz verde era causa suficiente para retorcerse las manos y hacer rechinar los dientes. Los comenúmeros pasaron a estar al mando, sofocando las llamas de la originalidad que todavía bailaban entre los defensores de las películas fácilmente digeribles, *«high concept»*, presentadas con caras reconocibles para un público preexistente y probadas hasta la saciedad en preestrenos gestionados por el National Research Group, cada vez más influyente.

Sin embargo, el márketing de los independientes era tan distinto del de los estudios como las películas de aquéllos lo eran de las películas hechas dentro del sistema. Si los estudios gastaban profusamente en publicidad, los *indies* confiaban en el boca a boca, que era gratuito. Si los estudios practicaban la saturación de reservas y lanzaban costosas campañas que incluían compras masivas para televisión, anuncios en los periódicos, en la radio, en vallas publicitarias, etcétera, destinados a atraer la mayor cantidad

de espectadores posible a la mayor cantidad posible de salas en el mínimo período de tiempo –por lo general, el primer fin de semana–, los distribuidores independientes hacían lo contrario. En lugar de coger el dinero y salir corriendo, pensaban que el primer fin de semana sería el más flojo, por lo cual dependían de las buenas críticas y del boca a boca si querían crear un público para sus películas, razón por la cual reservaban pocas salas pero con contratos prolongados. (En su momento de máxima exposición, *Una habitación con vistas* pudo verse en no más de ciento cincuenta pantallas, mientras que Cinecom tomó nota con cautela del primer aniversario en el cine Paris, de Nueva York, sacando el primer anuncio a toda página en el *New York Times.)* Cuando los estudios se adhirieron a la ley de las grandes cifras estrenando una larga lista de películas cada año y apostando por un puñado que se impondría mientras el resto fracasaba, los distribuidores independientes estrenaban pocas películas y mal podían permitirse ni siquiera un fracaso, y mucho menos dos o tres; en consecuencia, prodigaban tiernas y cariñosas atenciones a cada una de ellas.

No obstante, a finales de los años ochenta, los distribuidores habían chocado contra una pared. Ninguno de los éxitos independientes había sido capaz de pasar el umbral de los veinticinco millones. Al parecer, habían alcanzado el límite de público. Léase Harvey y Bob Weinstein, que transformaron el paisaje independiente. Como dijo el propio Harvey –que nunca ocultó sus méritos–: «Si yo no existiera, tendrían que inventarme. Soy lo único interesante que hay por aquí.» Es posible que tuviera razón. Si los Weinstein no hubieran existido, se podría haber inventado a otros que ocuparan su lugar pero, por otra parte, es posible que no, y los años noventa podrían haberse parecido más a los ochenta, con las películas de arte y ensayo aún prisioneras de las salas homónimas.

Extraños en el paraíso, de Jarmusch, es un punto de partida lógico para un libro como éste porque, filmada en un blanco y negro básico con apenas un atisbo de argumento, parecía engañosamente fácil de hacer, casi una película casera, hecha simplemente cogiendo la cámara y filmando a los amigos. Como *Shadows*, de John Cassavetes (1959), fue una de esas películas «yo-también-puedo-

hacer-una-igual» que inspiraron a toda una década de cineastas, convenciéndolos de que ellos también podían hacer cine. Sin embargo, bajo la presión de la frenética búsqueda del «Siguiente Gran Éxito», el mundo del cine norteamericano cambia tan rápidamente, que a la siguiente camada de independientes los años ochenta ya les parecía historia antigua; podrían muy bien haber sido la década silenciosa, y Jarmusch su D. W. Griffith, de tan irrelevante que se había vuelto. En el clima a gogó de los noventa, la negativa de muchos directores de esa generación a aceptar las reglas del juego tal como las establecían no solamente los estudios, sino, al parecer, también el público, los hizo parecer tontos y perdedores. Por supuesto, respaldar este punto de vista es contar mal la historia, y una tremenda injusticia para con los pioneros, pero es cierto que la explosión independiente de los años noventa fue tan espectacular y tan característica que se merece un libro por derecho propio. Y dado que esta historia trata tanto del negocio independiente como de películas y directores, es lógico comenzar unos años más tarde y tomar 1989 –el año de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* en Sundance– como el *big bang* del movimiento moderno de cine independiente. *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* no sólo marcó la llegada de Soderbergh, una de las estrellas más rutilantes de esta nueva galaxia de directores, sino también la emergencia del Festival de Cine de Sundance (que entonces oficialmente todavía era el US Film Festival), donde se exhibió la película, y de Miramax, que la distribuyó. A la vista de ello, Redford y los Weinstein parecerían dos polos opuestos –la clase *versus* la basura, para expresarlo groseramente–, con Sundance como la escuela que enseña a los jóvenes directores cómo han de vestirse para recibir al éxito y Miramax el reformatorio donde los esposan y los meten en vereda. Sundance y Miramax son el *yin* y el *yang* del universo independiente, el camino del éxito y del fracaso, el Sol y la Luna, Luke Skywalker y Darth Vader. Sin embargo, tuvieron más cosas en común de lo que a primera vista parece. Sundance nunca sería capaz de deshacerse de su funesto mellizo y, al final, se pasó al lado oscuro. Y eso pudo o no ser bueno, pero, en cualquier caso, es la historia de esta década.

1. MADE IN USA
1989

• ***De cómo Robert Redford incubó su instituto pero volvió locos a sus polluelos hasta que* Sexo, mentiras y cintas de vídeo *salvó al festival que Redford nunca quiso y lanzó a Miramax a la conquista del mundo.***

> En los años ochenta, los estudios podían predecir qué funcionaba y qué no. Y eso y no otra cosa fueron los ochenta, una película que ya habías visto tras otra. Pero de repente eso dejó de funcionar... Cuando el público está harto del rollo de siempre y pide a gritos algo nuevo, ahí es cuando empieza lo bueno en Hollywood.
>
> QUENTIN TARANTINO

El 21 de enero de 1989, un sábado por la tarde, cuando Steven Soderbergh se bajó del avión en el Aeropuerto Internacional de Salt Lake City y se dirigió al US Film Festival de Park City, a unos cuarenta y cinco kilómetros al noreste, hacía sólo siete días que había cumplido veintiséis años. Llevaba en la mano la copia de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* que esa misma mañana había sacado del laboratorio de Hollywood. El cielo estaba cubierto, con ocasionales y ligeras nevadas, y el delgado aire de montaña cortaba como una navaja, pero él se sentía bien. Las suturas de sus encías finalmente habían sanado, tras una dolorosa operación para corregir su

exagerado labio superior, la maldición de la familia Soderbergh. Como había crecido en medio del sofocante calor y la humedad de Baton Rouge, Louisiana, le gustaba el frío. Lo que más deseaba en ese momento era proyectar su película por primera vez ante un público formado por gente real.

En esos días Park City era una estación de esquí en apuros, un puñado de edificios desangelados rodeados por un oscuro collar de caros apartamentos dispersos entre nevadas colinas. Pueblo minero el siglo anterior, estaba destinado a convertirse en parque temático, con falsas fachadas de madera del Salvaje Oeste apretujadas a ambos lados de la calle mayor. Los restaurantes se llamaban Grubstake, The Eating Establishment, etcétera, nombres escritos en letreros de la época de la Fiebre del Oro que mostraban a hombres de ceño fruncido luciendo sombrero de hongo y grasientos bigotes retorcidos, hombres que miraban pasar la vida desde las placas de madera que colgaban fuera. En una palabra, el pueblo parecía el decorado de *Los vividores*, de Robert Altman, pero dirigida por Walt Disney. La poco refulgente joya de la corona de Park City era el Egyptian Theater, situado al final de la calle mayor, sala de proyecciones favorita del festival, construida en 1926, al parecer como réplica del viejo Egyptian de Warner en Pasadena. Adondequiera que mirase el joven director, veía a directores gordinflones y mal vestidos que parecían otros tantos Pillsbury Doughboys* vendiendo películas.

Sundance se había hecho cargo del renqueante US Film Festival en 1985, pese a que Redford había afirmado públicamente que no le gustaban los festivales. Según decía, conllevaban un gran despliegue publicitario, eran demasiado competitivos, etc. Sin embargo, la lógica del razonamiento terminó convenciéndolo: hasta entonces, el instituto sólo había abordado la parte «desarrollo» de la ecuación «hacer cine». Haciendo caso omiso del márketing, de la distribución y la exhibición, Sundance Institute estaba convirtiéndose virtualmente en algo sin sentido. «Temíamos que Sundance se percibiese como una utopía en las montañas, que no tuviera ningún impacto en el cine independiente de Estados Unidos», dice Sterling

Van Wagenen, ex director ejecutivo de Sundance. Y el director Sydney Pollack se pregunta: «Si un árbol cae en el bosque y nadie lo oye, ¿hace ruido? Una película no hace ruido a menos que alguien la vea.»

Enfundado en varios suéters y luciendo tejanos, botas de piel rasgadas y una gastada capa de algodón negro, tan larga que los bajos coqueteaban con los tobillos, Soderbergh recorrió con cuidado las heladas calles bordeadas de montículos de nieve sucia. Llevaba el pelo largo, las prominentes orejas ocultas en el nimbo de rizos rojizos que le rodeaban la cara como una aureola de algodón de azúcar. También llevaba gafas de gruesas lentes que parecían una silla de montar en la aguileña nariz, viga voladiza sobre unos labios delgados. Como lo describió un periodista de manera poco halagüeña, parecía «una cigüeña pelirroja». De todos modos, él siempre se había considerado poco actractivo. Una vez, mientras veía una escena de su película, se pasó los dedos por la cara toqueteándose las mejillas. «Mirad a Jimmy [Spader] y a Andie [MacDowell]», exclamó. «Ellos sí tienen pómulos.

Con mi cara se podría cepillar puertas.» Con todo, pese a cierta falta de armonía entre las partes, el efecto general no era desagradable. Sus ojos irradiaban inteligencia. Tenía una sonrisa rápida y encantadora y un oscuro y autorreprobatorio sentido del humor.

El festival era uno de los pocos dedicados exclusivamente a los independientes americanos, que en aquellos días, salvo una pequeña pandilla de entregados entusiastas, vivían muy por debajo del radar. Como evento, era un muermo; no era aún el acontecimiento decisivo que pronto llegaría a ser. Pocas de las películas proyectadas en el festival se distribuían, y de los guiones que pasaban por los talleres se filmaban aún menos. Cuando, de chiripa, alguno lo conseguía, muy raro era que causara sensación. No asistían agentes; sólo unos pocos publicistas y aún menos periodistas. Hasta a los críticos, que asistían diligentemente a todos los festivales como quien hace una

visita obligada a un amigo enfermo, se les estaba acabando la paciencia. En *Film Comment*, John Powers se había cargado el festival de 1987 diciendo que era más interesante «por el esquí y las fiestas» que por las películas, y acusó al cine independiente de haberse «convertido en una complaciente mediocridad cuyo axioma es "Mejor no arriesgarse".»

La película de Soderbergh, que había costado 1,2 millones de dólares, un presupuesto elevado para una película independiente en aquellos días, había sido difícil de colocar en el festival. Aparte de rodarse en Baton Rouge, por lo cual podía considerarse una «película regional», no daba el perfil. Deliberadamente, y por defecto, Sundance se había comprometido con una especie de populismo desabrido, una rémora desde los años sesenta, del que animaba –si ésta es la palabra correcta– a películas como *Northern Lights* y *Heartland*. Los temas americanos políticamente correctos, lo regional, corría fríamente por las venas de las películas «cerealeras», caballos de guerra de Sundance como *Gal Young 'Un, El Norte* y *The Ballad of Gregorio Cortez*, obras que Lory Smith, uno de los programadores, definió, admirado, de «películas con buen rollo, socialmente responsables». Estos filmes, centrados en el contenido, no estaban orientados hacia el director y a menudo giraban en torno a temas sociales nada candentes. Eran *Anita la Pelirroja* para adultos, películas protagonizadas a menudo por Colleen Dewhurst, Richard Fansworth, Wilford Brimley o sus equivalentes. De vez en cuando, si un director tenía suerte, podía tropezar con un curtido Sam Shepard que miraba el sol con los ojos entrecerrados mientras escupía hebras de tabaco por entre los dientes torcidos y con la bota pateaba a la lente excrementos de vaca.

El Gran Premio del Jurado rara vez recaía en la mejor película, sino más bien en la más meritoria; por lo tanto, se consideraba el beso de la muerte. En 1987, el dramático galardón se lo llevó la paralítica *Waiting for the Moon*, de Jill Godmilow, y el año siguiente, *Heat and Sunlight*, de Rob Nilsson. Ese mismo año, el festival había alcanzado su nadir de mediocridad, sin precedentes incluso en su mediocre historia, con películas en las que se necesitaba una lupa para encontrar el argumento, como *Rachel River* o *The Silence of*

Bethany, ambientada entre los menonitas, acerca de una crisis desencadenada por la costumbre de repartir leche a domicilio los domingos. Muchos distribuidores consideraban que el festival era tóxico. Si, por ejemplo, Cinecom o Samuel Goldwyn Company tenían una película que pensaban que podía ser un éxito, no la daban a conocer en Sundance para que no quedara estigmatizada de por vida como película de arte y ensayo. (Era señal de las cosas que se avecinaban, incluso en 1989, que ganarse la etiqueta de «arte y ensayo» equivalía a recibir el beso de la muerte. A Soderbergh le habían aconsejado que dijera que *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* era una película «especializada».)

Pero en su película nadie llevaba petos. Antes bien, estaba ambientada en los círculos *yuppies* de Baton Rouge. Marjorie Skouras, directora de compras de Skouras Pictures, la había avalado; su estreno decisivo había sido *My Life as a Dog* (1985), de Lasse Hallström, que recaudó unos muy jugosos 9,1 millones de dólares. En los años ochenta quebraron las pocas distribuidoras independientes que, como Cinecom, invertían dinero en producción; el resto compró los derechos de películas ya terminadas y financiadas por otros, descubiertas en los festivales. Las compras eran un asunto relajado, un negocio de caballeros, y los veteranos recordaban esa época con cariño. A Skouras le encantaba su trabajo. Recuerda: «La gente se apasionaba por lo que había que apasionarse. Todo giraba en torno al arte, a los directores y a la emoción que significa llegar a una comunidad. Comprábamos películas interesantes a muy bajo coste. No eran los millones los que movían el negocio.»

Skouras era miembro del comité de selección del festival. Nancy Tenenbaum, amiga suya y una de las productoras de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, le pidió que le echase un vistazo al filme de Soderbergh. La película, todavía en borrador, no podía alardear de contar con ningún actor de renombre. Sin esperar mucho, Skouras puso la cinta en su aparato de vídeo a las 11.30 de la noche, antes de irse a dormir, pero la película no la decepcionó. No era mucho lo que podía llamarse acción o argumento, y tampoco sexo, pese al

provocativo título... Sólo gente que se sentaba a hablar de sexo. ¿Y...?, pensó Skouras.

Tenenbaum comprendió. Ella también había pasado la primera vez que leyó el guión por encima. «Parecía un primer borrador», dice; «largos parlamentos, toneladas de monólogos.» Pero luego Soderbergh la llamó y la convenció para que se reuniera con él. Tenenbaum lo recuerda como a un doble de Elvis Costello, con la camisa abotonada hasta la nuez, un poco ganso quizá, o retro, si queremos ser generosos. Tenía la boca cosida, una cortesía de su cirujano maxilofacial, y hablaba con los dientes apretados. Vivía como el chico soltero que era; comida de latas o para microondas marca Dinty Moore, salchichas y alubias. Sin embargo, a Tenenbaum le gustó. Él le dijo exactamente lo que pensaba; hablaba en serio cuando decía que quería hacer cine: era un diamante en bruto. «No elude las palabras y es sumamente racional», dice Tenenbaum. «Tampoco rezuma sentimentalismo. No le gusta bajar el nivel intelectual de las cosas ni explicarlas hasta la saciedad.» Y aceptó ayudarlo. Pero Tenenbaum no lo tuvo fácil a la hora de recaudar dinero para una película sobre un chico impotente que filma en vídeo a mujeres que hablan de sus experiencias sexuales y luego se excita viendo las cintas. *«Sexo, mentiras y cintas de vídeo* no interesó a nadie», recuerda Tenenbaum. «Mucha gente pensaba que era aberrante. Y a una amiga mía que no es nada mojigata le pareció repugnante. Me dijo: "Es bastante asquerosa, Nancy. ¿Qué haces tú liándote con una película como ésa?" Me sentí muy cohibida; pensé que tal vez estaba haciendo algo mal.»

En cualquier caso, unos días más tarde, Skouras almorzó con Larry Estes, el veterano vicepresidente de compras de largometrajes de RCA/Columbia Home Video, que había puesto más dinero para *Sexo, mentiras y cintas de vídeo,* por lo cual figuraba, junto con Bobby Newmyer y Nick Wechsler, como otro de los cinco productores acumulados por la película –como una pegajosa huella de caracol– a lo largo de su tortuoso y lento viaje a la pantalla. Aunque los avales de Soderbergh eran corteses y alentadores, nadie le dijo: «Creo que has hecho una gran película.» Antes bien: «Vaya, no está mal», o: «No te has puesto en una situación embarazosa... Sigue siendo

demasiado larga.» Ninguno de ellos pensaba que la película tuviera muchas posibilidades comerciales. Estes, que conservó la que supuso la baza más valiosa de la película –los derechos para su reproducción en vídeosólo esperaba recuperar los gastos, especialmente porque pensaba que Soderbergh no había cumplido su promesa de poner un poco de carne. Meses antes, cuando Estes visionó la prueba de Laura San Giacomo, le había preguntado a Soderbergh: «¿Tendrá algún problema con las escenas de desnudos?» Sin vacilar, Soderbergh le aseguró que no: «No. Trabaja en esa obra llamada *Beirut*, aparece casi todo el tiempo desnuda en el escenario.» Sin embargo, cuando Estes vio los copiones y no encontró lo que buscaba, llamó a Soderbergh para preguntarle: «¿Estás seguro de que tengo todo el metraje? Porque aquí de carne no se ve nada. ¿Por qué?»

«Porque en la película no hay... carne.»

«¿Por qué no?»

«Porque decidí que no hacía falta. Será más erótica si es menos explícita.»

«Tienes el compromiso de filmar lo que está escrito en el guión. Podemos tener problemas.»

A Soderbergh le molestó que Estes no lo felicitara por lo que había filmado y que, en cambio, le dijera: «¿Qué ha pasado con las tetas?»

Estes le pidió a Skouras que la distribuyera y hasta le ofreció un *service deal*.* Dice Jeff Lipsky, entonces jefe de distribución de Skouras Pictures: «Así confiaba RCA/Columbia en que esta película sería un gran éxito.» Margie dudaba, pero descubrió que cuanto más pensaba en la película de Soderbergh, más le gustaba. Lipsky, con su inclinación a fuertes y repentinos entusiasmos, también vio una cinta, y le enloqueció. Pensó: Ésta es la mejor película independiente americana que se haya rodado jamás. Estoy totalmente anonadado. Y fue a ver a Tom Skouras, al que le dijo: «Apostaría la empresa a esta película.» Con todo, su jefe no le dio luz verde para que la comprase. Tom, el padrastro de Margie, era el sobrino del legendario Spyros Skouras, que había hecho su fortuna en el ramo de la

exhibición y controlado Twentieth Century Fox hasta bien entrada la década de los sesenta. Algunos creían que a Tom le apasionaba más arreglar coches de carrera antiguos que distribuir películas. Dice Lipsky: «Evitaba tanto el riesgo, que Margie sabía que era tarea más propia de Sísifo convencerlo de que comprase una película que ni siquiera tenía disponibles los derechos de vídeo; le había costado Dios y ayuda conseguir que tres años antes pusiera la friolera de cuarenta y cinco mil dólares para *My Life as a Dog.*»

Margie, que pensaba que la película se merecía ir al festival, le dijo a Tony Safford, el director: «Deberías verla, es algo nuevo.» Safford, que era inteligente y confiaba en su gusto, y al que le faltaba un pelo para ser un perfecto arrogante, consintió en verla. Aunque detestaba las películas regionales tan queridas por Sundance y hacía alarde de un gusto ecléctico y estrafalario, *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* lo dejó frío. Con todo, Margie insistió y dijo: «Lleva esta película, te lo pido como un favor, en serio; tengo plena fe en ella.» Safford cedió y la película de Soderbergh fue la última aceptada a concurso junto con otras quince que se presentaron al US Film Festival de 1989.

En la corta y nada esplendorosa historia del festival, 1989 resultó ser un año excepcional. Entre las otras películas a concurso figuraban *True Love*, de Nancy Savoca, con Annabella Sciorra; *Apartment Zero*, de Martin Donovan, con Colin Firth y Hart Bochner; *Powwow Highway*, de Jonathan Wacks, con George Harrison como productor ejecutivo; *Prisoners of Inertia*, de Jeffrey Noyes Scher, con Amanda Plummer, y *La escuela*, de Michael Lehmann, con Winona Ryder, Shannen Doherty y Christian Slater, una selección realmente cuestionable dado su pedigrí hollywoodense. Incluso en esa época relativamente inocente, anterior a la eclosión de los teléfonos móviles, la mayoría de las películas presentaban, en la categoría más baja, a estrellas o aspirantes a estrellas de Hollywood. Los presupuestos iban de los quince mil dólares de *Morgan's Cake*, de Rick Schmidt, a los tres millones de *Heathers*. Safford rindió homenaje a John Cassavetes –considerado por muchos el padrino del cine independiente norteamericano– con una retrospectiva.

Sexo, mentiras y cintas de vídeo se proyectó el domingo 22 de

enero por la noche, a las diez, en el Prospector Square, una sala pequeña y estrecha a un par de kilómetros del pueblo. Antes de que se apagaran las luces, Soderbergh se puso de pie, se aclaró la garganta e hizo los habituales descargos de responsabilidad: que la película todavía era larga, que estaba usando una mezcla de sonido provisional y que los títulos estaban xerografiados. Los encuentros personales siempre lo ponían nervioso e incómodo, pero las ocasiones públicas como ésta no parecían perturbarlo. Era un fatalista. La película era lo que era. Cuando se proyectaron las primeras escenas y Ann, el personaje interpretado por Andie MacDowell, le habla a su psiquiatra (Ron Vawter), al menos una persona del público pensó: Oh, no, otro muermo independiente con mucho diálogo, y no tardó nada en quedarse dormida. Sin embargo, pasados los primeros veinte minutos, el ritmo se aceleraba, y al final el público parecía enganchado. Soderbergh se acercó a la parte delantera de la sala y respondió a las preguntas. Seguía inseguro en lo tocante al título, motivo de discusión entre el director y RCA/Columbia Home Video, a la que le preocupaba por parecerle demasiado genérico: olía a «directo al vídeo». Recordó luego Soderbergh: «Llegó un momento en que la gente decía: "Podemos mantener las dos primeras palabras, 'sexo, mentiras', eso está bien. Pero... '¿cintas de vídeo?'... Tal vez podamos cambiarlo." Y yo dije algo así como: "¿Qué? ¿Sexo, mentiras y óxido magnético?"» Soderbergh, que había coqueteado con otros títulos, propuso en tono de burla *Hair and Plants* («Pelo y plantas»: todos los actores lucían grandes melenas y continuamente se regalaban plantas), pero nada parecía encajar. Casi la mitad del público votó a favor del cambio. Era demasiado pronto todavía para tener una base de comparación lo bastante amplia, pero Soderbergh se sintió aliviado. Al menos no lo habían echado a gritos del escenario. De hecho, dos jóvenes productores, Ron Yerxa y Albert Berger, impresionados con la película, lo invitaron a comer dos días más tarde y le preguntaron qué otra cosa querría hacer. Soderbergh les dio una novela, *King of the Hill (El rey de la colina)*, de A. E. Hotchner, una historia sobre la mayoría de edad en el St. Louis de la Depresión.

Sexo, mentiras y cintas de vídeo llegó en un momento particularmente propicio para el US Film Festival y su padre –sin ánimo de lucro–, el Sundance Institute. A sólo dos años de su décimo aniversario, el festival luchaba por su vida después de casi una década de salidas nulas, cambios en el sentido equivocado y callejones sin salida. El instituto atravesaba una crisis de liderazgo de larga duración y aparentemente interminable. Redford, maniático del control, no estaba en condiciones de llevarlo por su cuenta, pero al parecer tampoco podía permitir que lo llevara otro. El primer director ejecutivo fue Sterling Van Wagenen, primo de la mujer de Redford. Van Wagenen era un hombre encantador de aspecto algo infantil con el pelo rubio revuelto y más pasión que experiencia. Había sido director del US Film Festival, pero su mejor baza era ser de la familia, cosa que tranquilizaba a la suspicaz estrella. «Bob es muy paranoico y no confía en nadie que no haga el numerito "Sí, Bob"», dice Maria Schaeffer, luego directora general del instituto durante cuatro años antes de que la despidieran dejándola amargada y desilusionada. «Sterling era una persona realmente encantadora. Podía dar buen Sundance.»

Cuando empezó, Van Wagenen era poco más que un administrador, deferente con la junta, formada por una mezcla de directores independientes, figuras de Hollywood y ejecutivos de fundaciones. Pero aprendió rápido. Según una fuente: «Sterling era un tipo muy ambicioso que comprendió de entrada que los miembros originales de la junta, todos ellos con mucha más experiencia que él, podían significar problemas en potencia a la hora de consolidar su base de poder.»

Los mandatos de la junta eran renovables, pero unos eran más renovables que otros; al cabo de muy pocos años, algunos cargos –los de los independientes– dejaron de renovarse. Más de uno de los miembros originales se sintieron traicionados. Uno de ellos, Annick Smith, también formaba parte de la familia «Sundance». *Heartland* era un modelo para la clase de películas que Sundance deseaba fomentar y, en lo posible, producir. Había asistido a todos los talleres desde los primeros años, ya con un proyecto o como monitora. «Sundance empezó siendo una cosa y terminó siendo otra», dijo

Smith en 1990. «Se volvió más Hollywood. No he vuelto desde entonces, no me han invitado.» Y añade otro miembro de la junta: «Eliminaron a la gente que había creado el instituto, la que había dado sangre, sudor y lágrimas, la que se interesaba de verdad, la gente con visión y con pasión. Muchos le dedicamos una tremenda cantidad de tiempo y lo único que nos llevamos fue un cenicero plateado.»

Además, para algunos miembros de la junta, el numerito «Ordinary Bob» de Redford ya no tenía gracia. Dice alguien que trabajó muy cerca de la estrella: «Quiere que lo consideren parte de un grupo, pero también es el rey. Y te lo hace saber de muchas y muy sutiles maneras: su modo de marcharse en medio de tu presentación, su manera de no decir nada en media hora para luego pasarse cuarenta y cinco minutos hablando antes marcharse como si ésa fuera la última palabra. Bob solía decir: "Esto no es el Sundance de Robert Redford, es de todos vosotros." Y nosotros, aunque apreciábamos la intención del comentario, sabíamos que era una sandez.»

Pese a sus detractores, Van Wagenen era un hombre decente, una pieza clave de esos primeros años. Sin embargo, no tardó mucho en sentirse inquieto. Al principio se contentó con hacer lo que Redford deseaba, y lo hizo bien. Pero si Redford creía que Van Wagenen no tenía sus propias ambiciones, se equivocaba. Los dos hombres casi llegaron a las manos por culpa de un guión llamado *The Giant Joshua* que apareció en el primer taller, en 1981. Los talleres de los directores, que se celebraban una vez al año, en junio, eran el corazón de Sundance. El supuesto que regía el proceso era que los independientes, si bien tenían algo que decir, carecían de la capacidad necesaria para decirlo; por el contrario, Hollywood no tenía nada que decir pero lo decía con una técnica excelente. El llamado *lab* era un lugar en el que ambos bandos se encontraban. Los independientes llegaban con prometedores guiones que procedían a reescribir, dirigir, grabar en cinta y montar con la ayuda de primerísimos talentos de Hollywood, la llamada *resource people*. Sundance era un campamento al aire libre para los pobres necesitados de ayuda de Hollywood. Para 1981 se eligieron unos

siete guiones. Al comienzo, la sensación era: «Tenemos un granero, montemos una obra»; ése era el aire que se respiraba en los talleres. Cada día era una aventura de improvisación, y la estación de esquí se fue transformando en un chapucero plató al aire libre. La nave en la que se alquilaban los esquíes se utilizaba como sala de proyecciones. «Transformamos el restaurante en un lugar para ensayar escenas durante el día», recordó con cariño Redford en 1990. «De noche, volvíamos a poner los muebles en su lugar. Sacábamos el coche de bomberos de la estación y usábamos el edificio como estudio de sonido. Era todo muy primitivo.»

The Giant Joshua era un guión de John y Denise Earle basado en la interminable saga de tres generaciones de pioneros mormones escrita por Maureen Whipple en los años cuarenta; los Earle habían comprado los derechos. Según Denise, una semana después del taller los llamó un representante de Redford que quería comprarles el guión. Recuerda que Redford «se irritó cuando lo compramos. Su actitud era: "Ese guión no vale nada; dejádnoslo a nosotros." Se suponía que debíamos darnos por contentos con el interés demostrado y marcharnos. Nos hizo sentir muy poca cosa.» Luego, y siempre según Denise, llegó Van Wagenen ofreciendo más dinero por el guión, que él mismo quería producir con cierta clase de participación económica para los dos guionistas. Los Earle hicieron un trato. En 1984, John Earle murió de un ataque al corazón y todo quedó en suspenso. En octubre de ese mismo año, Van Wagenen se tomó un permiso para producir *Regreso a Bountiful*, con guión de Horton Foote, el mimado del instituto, y dirigida por Peter Masterson. Cuando Van Wagenen se marchó, sólo quedaba Redford. Pero «Redford nunca estaba cuando lo necesitabas», dice Safford. «No es que no esté disponible, pero llegar hasta él es un complicado juego del gato y el ratón, de acercamiento y alejamiento.» En enero de 1985 la estrella se hizo humo; partió para rodar *Memorias de África*. Como dice un antiguo miembro de la junta: «Sundance se había convertido en un barco sin timón.»

Regreso a Bountiful fue un éxito (Geraldine Page obtuvo un Oscar) y Van Wagenen volvió a Sundance en 1986. Redford, al que no le había gustado verlo marchar, tampoco pareció feliz al verlo regresar.

Envalentonado por el éxito de *Regreso a Bountiful*, Van Wagenen siguió adelante con *Giant Joshua*. «Ese proyecto se parecía a Merlín (parecía el instrumento de un brujo) y su efecto en la gente fue, en cierto modo, asombroso», recuerda Redford. «Sterling me preguntó si estaba dispuesto a hacer la película y le dije que sí. Y me dijo: "¿Puedo trabajar en la producción?" También le dije que sí. Cuando consiguió los derechos, Sterling dejó aflorar sus propias ambiciones. Lo próximo que supe fue que se le ocurrió la idea de desarrollarlo para mí mientras yo seguía ocupado en otros proyectos; al principio quería producirla y que yo la dirigiese, pero después pasó a querer dirigirla él. De repente me quedé fuera del asunto y me pidieron que lo hiciera mi empresa. Básicamente, eso significaba aprovecharse de mí. En consecuencia, discutimos.»

El respaldo de Redford había permitido a Van Wagenen reunir el dinero con Carolco, la famosa compañía cinematográfica, ansiosa por despojarse de la imagen de ser la madre de *Rambo*, en la primavera de 1987. Van Wagenen había escogido a Vanessa Redgrave para la protagonista femenina. «Las circunstancias habrían sido las ideales si Bob me hubiera apoyado como director», dice Van Wagenen. «Llegamos justo al límite... diez días antes de comenzar los preparativos del rodaje. Luego Bob canceló el proyecto.» Según Michael Hausman, escogido como productor: «Redford le dijo a Carolco: "No creo que pueda hacerse." Creía que no teníamos bastante dinero, lo que era ridículo. Puso [tantos obstáculos] que el dinero no llegó.» Dice Earle: «Redford nunca quiso que Sterling se lanzara por su cuenta. Quería que fuera su chico de los recados.» Van Wagenen siguió siendo miembro de la junta hasta 1988. Por irónico que parezca, considerando ahora lo que ayudó a conseguir, su posición ha cambiado. «Puede que, porque fuimos muchos los que alcanzamos la mayoría de edad en los años sesenta, imaginásemos una infraestructura abierta que contara con la rigurosa participación de los directores independientes allí donde hubiera debate», dice. «Recuerdo esos primeros encuentros con Victor Nuñez, Moctezuma Esparza, Larry Littlebird y Annick Smith, que tenían opiniones muy claras sobre el rumbo que debía tomar Sundance. Esa gente quedó descartada. Mi última reunión en la

junta de Sundance se celebró en una sala de conferencias en la sede de CAA en Beverly Hills. Tenía a Joe Roth a un lado y a Mike Ovitz al otro; eché un vistazo a la sala pero no vi ni a un solo director independiente.» Con Van Wagenen preocupado por la producción y su relación con Redford prácticamente terminada –hoy Redford no contesta a sus llamadas–, el instituto se resintió. Dice Howard Klein, de la Fundación Rockefeller, ex miembro de la junta: «En 1984, 1985 y 1986 no hubo nadie a cargo.»

En 1985 Redford contrató a Gary Beer, ex lobbista de Washington, para que resolviera el lío de la gestión. Beer era un hombre rechoncho y común y corriente que usaba enormes gafas de aviador y llevaba el pelo pardusco a la moda, largo y revuelto, con un mechón sobre la frente como quien no quiere la cosa. Venía de un mundo diferente y a algunos les pareció un soplo de aire fresco. Dice Suzanne Weil, directora ejecutiva de Sundance en 1989-1990: «Era más gracioso y estaba más en la onda que la mayoría del personal.»

Beer llegó a ser vicepresidente ejecutivo, pero no tuvo que pasar mucho tiempo para que se agudizara la contradicción entre las realidades del día a día, el tener que llevar una empresa infradotada sin ánimo de lucro y el oropel de Hollywood a la hora de recaudar fondos, tarea que requería codearse con famosos. Según varias fuentes, Beer, que ganaba unos cien mil dólares al año, hacía gala de los mismos derrochadores hábitos de un ejecutivo de los estudios. Dice Maria Schaeffer, contratada por Beer: «Si Gary Beer vive es para decirle a la gente que trabaja para Robert Redford. Estaba dispuesto a hacer cualquier cosa que creyese que Redford quería: "Sí, Bob, sí, Bob."» Muchos le echaron la culpa a Redford de lo que pasó con Beer. «En lo tocante a Beer, Bob tenía anteojeras», dice una fuente. Beer parecía «el jorobado que manipula al guapo príncipe».

Beer, hoy director ejecutivo de Smithsonian Business Ventures, niega categóricamente todo comportamiento indebido. El instituto «no es una de esas organizaciones en las que el noventa por ciento del presupuesto se destina a gastos generales de estructura. Está por debajo de la media nacional, que es del quince o el diecisiete por ciento». Nada de lo que hizo Beer puede considerarse ilegal, y

Johann Jacobs, ex director financiero de Sundance, afirma que el problema, más que Beer, era el hecho de que «nunca estuvo claro en qué residía la diferencia entre el instituto, la estación de esquí y el Sundance Group [entidad con ánimo de lucro formada con la intención de desarrollar oportunidades comerciales para Redford]. No era fácil decir: "Sí, esto está bien o no, esto está mal."»

De hecho, los gastos pudieron justificarse y los procedimientos contables fueron exactos, pero, bien o mal, lo que todos percibían era una sensación de despilfarro, lo cual constituía un factor de gran importancia moral. Se abrió un abismo entre los prometedores ejecutivos de Sundance, que respiraban el aire enrarecido de la riqueza y la fama, y su personal joven, idealista y mal pagado, que, además, se sentía subestimado. «Trabajé allí un año y medio antes de que Bob pronunciara mi nombre», dice Schaeffer. Las personas que trabajaban de verdad en los programas se las veían y se las deseaban para llegar a fin de mes. Añade Cathy Schulman, programadora de un festival a principios de los años noventa: «Había mucho resentimiento, porque del lado de la empresa se veía a gente que llevaba una vida de *glamour* mientras que en el festival y en el taller la cicatería era realmente extraordinaria. No había cuentas de gastos. No se podía invitar a un director a almorzar. Siempre volábamos en los peores aviones a las peores horas y con el mayor número posible de conexiones.» Schuman llegó a tener que compartir hotel con un colega de sexo masculino. «Eso sí que era raro, un hombre y una mujer, aunque él era gay. Recuerdo que me dijo: "Tú haz como si yo fuera otra chica." Si venía su amigo a pasar unos días con él, ¡éramos ellos dos y yo!»

Originalmente se pensó que la estación de esquí, un negocio con ánimo de lucro propiedad de Redford, sostendría al instituto. Pero ese lugar nunca había ganado mucho dinero, por lo cual el instituto era su único y mayor cliente: gastaba un poco menos de la mitad del presupuesto anual de los talleres en alquiler de bungalows y en alimentación. «Podríamos haber conseguido servicios comparables [de proveedores de fuera] por menos dinero, pero no nos lo permitían porque se suponía que teníamos que ayudar a financiar el negocio», dice Schaeffer. Así, el modelo original quedó patas arriba:

una institución sin ánimo de lucro ayudaba a mantener un negocio que no producía beneficios.

Redford estaba perfectamente al tanto del descontento general. «Me volvía loco», dice. «Se trataba de mantener un tono igualitario. Nadie acepta sin rechistar el comportamiento del potentado. Y le llamé la atención a Gary sobre ese punto.» Con todo, la animosidad con Beer pudo estar depositada en quien no la merecía. Como dice un ex ejecutivo de Sundance: «Convertir a Gary o a cualquier otro en el pararrayos de los conflictos es, en cierto modo, algo fraudulento. Bob tiene un talento increíble para desviar las acusaciones, porque al final del día es el hombre que está detrás del telón. Todos los caminos conducen a Bob.»

En 1988, Redford designó director ejecutivo a Tom Wilhite, que había sido vicepresidente de producción en Disney, y a Beer lo «sundancearon» al Sundance Group. Wilhite no se molestó en cultivar su relación con Redford, nunca le pidió permiso, como sus predecesores, para sonarse la nariz, y no tuvo que pasar mucho tiempo para que se produjera el previsible encontronazo. Por extraño que pueda parecer, lo que llevó a Wilhite a la oscuridad interior pudo muy bien ser el gran éxito de la serie «Grandes Bandas Sonoras», unos eventos que tuvieron lugar a partir de marzo de 1988 y se prolongaron durante todo 1989, organizados por Wilhite y el compositor David Newman. Según todas las versiones, lo que debería haber sido un paso decisivo para la recaudación de fondos en el Lincoln Center de Nueva York, se convirtió en un fiasco traumático y polémico. Contó con la colaboración de un grupo de famosos; los mejores compositores de Hollywood, como Maurice Jarre, Marvin Hamlisch y Henry Mancini, se brindaron a actuar gratis.

Pero Redford no estaba satisfecho. Según un empleado: «Redford pensaba que eso también era Hollywood.» Se dice que tuvo una rabieta porque no quería ponerse esmoquin, y no le gustó nada que participase también Charlton Heston, el abanderado de la Asociación Nacional del Rifle, aunque hay empleados que dicen que recibió la información con antelación en numerosas ocasiones y nunca puso pegas. En todo caso, se negó a salir al Salón Verde del Lincoln Center a saludar a los donantes. La estrella dijo: «Dije: "No quiero

ser el centro de esta velada.” Y de repente me encontré justo en el centro. Eso me molestó.» Van Wagenen, que probablemente conocía a Redford mejor que la mayoría, explica así este comportamiento: «Bob tiene, en efecto, una noción fundamental de la integridad. Su instinto le decía que lo que había que hacer tenía que hacerlo alguien visible y con bastante poder en la industria para apoyar a los independientes. Pero no es, por naturaleza, una persona pública, y cuando lo colocan en alguna situación en la que tiene que aparecer en público, se puede poner irritable; a veces, esa irritación se convierte en furia.»

Redford era tal imán para el dinero que, desde el principio, el instituto dependió de él para recaudarlo. Sin embargo, a él le resultaba humillante pasar la gorra. Una vez, a principios de los años ochenta, visitó a Marvin Davis, entonces propietario de Fox, para sacarle un donativo. Davis estaba mirando un partido de fútbol por televisión y parecía más interesado en el partido que en Redford. «Dijo: “Mira, voy a darte el dinero porque te has tomado la molestia de venir a verme”», recuerda Redford. «Y añadió: “Hay unas cuantas chicas en la piscina. ¿Por qué no vas a darte un chapuzón?” Lo terrible es que lo hice. Pero claro, en esos días necesitábamos toda la ayuda que pudiéramos conseguir.»

Aunque el concierto fue un gran éxito –recaudaron seiscientos mil dólares–, Redford intentó cancelar un evento parecido en Los Ángeles (transigió sólo después de que el Hollywood Bowl, que ya había vendido entradas, amenazara con llevarlo a juicio), pero consiguió cancelar el concierto de Chicago, en el que estaba prevista la actuación de la Orquesta Sinfónica de la ciudad. Orgulloso de su trabajo, el personal consideró este gesto como «una bofetada», dice el ex contable Gary Burr. Y añade Mary Cranney, directora asociada de desarrollo, que la actitud de Redford a menudo se percibía así: «Era como si Bob dijese: “Éste es mi sueño, pero no me molestéis... Lo que quiero es que lo financiéis.”»

«Redford no despide a la gente; simplemente deja de hablarle», dice Safford. Y dejó de hablarle a Wilhite. Cuando rodó la cabeza de Wilhite, los empleados de Sundance se enfurecieron, pero no les sorprendió. Sundance se quedó otra vez sin director. A medida que

1988 se acercaba a su fin, un pesimista Redford se dirigió al personal desde las páginas del *Sundancer*, el boletín del instituto. «Sundance es un lugar sin suerte, donde los pájaros no quieren anidar, donde no hay apoyo local que no sea de la boca para afuera; aquí se seca el agua, la nieve nos evita como si fuéramos la peste y las facturas impagadas se acumulan como hollín en una escalera de incendios de la ciudad. Pero os juro por Dios que lo quiero, y que os quiero a vosotros, y eso es lo único que cuenta. Feliz Navidad.»

Aunque se había pasado un par de años destrozando guiones en Los Ángeles, haciendo lo que fuera con tal de tener un poco de calderilla en los bolsillos y mover su carrera a la casilla siguiente, Soderbergh no conocía a nadie en Park City. Estaba sin un centavo, pues se había gastado los treinta y cinco mil dólares que consiguió para escribir, rodar y montar *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*. Ni siquiera podía permitirse alquilar un coche, y se veía obligado a utilizar la lanzadera o a andar. Ya no le quedaba nada que hacer más que aguantar hasta el siguiente pase, el del miércoles, cuando esperaba que se le uniera un puñado de amigos junto con dos miembros del reparto, Peter Gallagher y Laura San Giacomo. Para gran sorpresa suya, las entradas se agotaron media hora antes de la proyección; el vestíbulo estaba hasta los topes de cinéfilos emocionados. También fue éste el primer pase al que asistieron distribuidores, lo que no significa nada especial, porque en aquellos días eran pocos los que se tomaban la molestia de hacer el largo vuelo hasta Salt Lake City. Entre los que sí asistieron estaban Michael Barker y Tom Bernard, que entonces llevaban Orion Classics. Los dos hombres inquietaron a Soderbergh, que los vio marcharse a los veinte minutos. El director pensó: Bueno, creo que iremos directamente a vídeo.

Sentado en el suelo en la parte trasera de la sala estaba Ira Deutchman, un chico no muy alto, delgado y bondadoso que parecía, en conjunto, demasiado joven para haber formado parte de

la *troika* fundadora de Cinecom. Apenas unas semanas antes, a mediados de diciembre, Deutchman se había visto obligado a marcharse de un modo ignominioso, y se encontraba en Sundance fuera de horas de trabajo, tratando de recuperar su antiguo estatus. En el taxi que cogió en el aeropuerto le había preguntado al taxista: «¿Ya se ha enterado de lo que realmente vale la pena?» Sin perder un segundo, el joven taxista le contestó: «Una película que pasaron anoche y que tiene a todo el mundo alborotado; se llama *Sexo, mentiras y cintas de vídeo.»* Deutchman se fue directo al siguiente pase. Vio a Newmyer, uno de los productores, en el fondo de la sala. Deutchman sabía que ni él ni las empresas de vídeo como RCA/Columbia que se habían dedicado a la producción tenían experiencia en márketing. Y vio un nicho: les ayudaría a encontrar una distribuidora y luego asesoría en la campaña de márketing. Con esta idea en mente, se acercó a Newmyer y se ofreció a trabajar con *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*. Newmyer respondió: «Una gran idea; muy interesante, en serio.»

Soderbergh, un muchacho algo apocado, no hizo caso de la favorable reacción del público, que para él fue la típica de un público de «festival», es decir, predispuesto a ser generoso. Le preocupaba que el boca a boca a que estaba dando lugar la película resultara contraproducente, que aumentara hasta tal punto las expectativas del público, que los futuros espectadores quedasen inevitablemente decepcionados. Pero no podía ser insensible al hecho de que algunos desconocidos comenzaran a acercársele en la calle. Un hombre le preguntó: «¿Puede mi novia besarle los pies?»

Una semana después de la llegada del director, *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* se proyectó por fin en el Egyptian. Hubo reventa de entradas por primera vez en la historia del festival. Todo fue tan fuerte, que Soderbergh se sintió como si lo hubieran «cazado con cinta matamoscas». Y recuerda: «Fue la primera vez que sentí que recibía una especie de energía concentrada, tuve que abrirme paso a codazos. Una mujer me dio una tarjeta de visita y me dijo que, si necesitaba un lugar para dormir en Los Ángeles, podía ir a su casa. Pat Dollard, mi agente, estaba a mi lado. Nos miramos como diciéndonos: Todo esto es muy, muy raro.»

El atractivo de la película era tan palpable que parecía contagioso. Hoy, al mirar atrás, no es difícil de entender. *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* era el paradigma de película independiente. Soderbergh, además de dirigirla, había escrito el guión, lo cual lo convertía en un auténtico «cineasta». Además, la historia era personal, basada en aspectos de su vida a los que aludía oscuramente. En 1987, a los veinticuatro años, el director había tenido una epifanía. Recuerda Soderbergh: «Tenía una relación con una mujer en la que yo era el que engañaba, el que la manipulaba mentalmente. Al mismo tiempo, mantenía relaciones con otras mujeres... Vivía follando por ahí. Me esforzaba mucho para que todas las mujeres con las que ligaba me aceptaran y me aprobaran; luego, en cuanto las conseguía, dejaban de interesarme... Llegó un momento en el que podía entrar en un bar y encontrar, en un radio de unos sesenta centímetros, a tres mujeres con las que me acostaba. Otros seis meses comportándome así –la cosa siguió igual casi un año entero– y habría estado bajo mínimos, alcoholizado, mentalmente jodido. Terminé convirtiéndome en alguien al que yo mismo habría odiado si lo hubiese conocido en ese momento. Un día se me ocurrió pensar que esa situación no tenía fin, que seguiría así hasta que cayera borracho en una tumba o alguien me matase de un tiro.» Probó la terapia, pero no funcionó. Dijo Soderbergh que, si hubiera podido, habría seguido un programa de doce pasos para mentirosos en rehabilitación.

Estrenada a finales de los años ochenta, *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* fue la primera película de la Generación X, con tomas del *yuppie* predador con tirantes de la era Reagan (interpretado por Gallagher con el grado justo de pavoneo y poder), en favor de la versión Spader de Soderbergh, un mentiroso en rehabilitación que, encima, es impotente, aunque también tierno y sensible, un hombre feminizado atormentado por la clase de culpa que obviamente desconocían todos los alocados Oliver North* de la década que estaba a punto de concluir. Vago prematuro, sin rumbo, sin dinero, carrera ni ambiciones, Graham, el personaje de Spader, puede llevar todas sus pertenencias mundanas en el maletero del coche. Con todo, en manos de Soderbergh, su preocupación por cuestiones

morales lo ennoblece, especialmente comparado con la venalidad del avatar de Gallagher en la *Me Generation*.

Pese a su maniqueísmo diagramático, un adulador guiño al público (el vago bueno contra el *yuppie* malo, más una hermana buena y una mala, interpretadas por MacDowell y San Giacomo), la película tocó una fibra. Para Edward Norton la película de Soderbergh era *El graduado* de esta generación. Recordando el impacto de la película, dice: «Tiene un *Zeitgeist*, un espíritu de la época; la película expresa una energía generacional. Spader vacila, se niega a comprometerse, tiene en la cara la expresión traumatizada del cinismo colectivo sobre lo liadas que estaban las cosas, y muchos de nosotros conectamos con eso. Trata de un chico que acaba de separarse de aquello con lo que esperaba comprometerse, un chico que lo único que quiere es que las cosas sigan siendo sencillas. Siempre recordaré esta frase: "Sólo quiero una llave." La gente conectaba inmediatamente con ese sentimiento.»

Aunque *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* no era una gran película, era, como mínimo, una película muy buena. Con su acostumbrada dureza, el propio Soderbergh, siempre su más duro crítico, no pudo o no quiso hacerle justicia: «Ahora, cuando la veo, me parece una película hecha por alguien que quiere pensar que es profundo pero que en realidad no lo es. Para mí, el hecho de que tuviera la acogida que tuvo sólo sirvió para indicarme que había pocas cosas más para que la gente se diera cuenta.»

El festival estaba quedándose sin cuerda, pero las ofertas seguían sin llegar. «Entonces era diferente», sigue diciendo el director. «De parte de los estudios no había esa sensación de que, si no cerraban el trato ese mismo día, se esfumaría. La sensación se parecía más a: Ya veremos qué pasa después del festival.»

Cuando se acercaba la noche de los premios, se rumoreaba que la película de Soderbergh se llevaría el Gran Premio del Jurado en la categoría dramática. Temiendo, como siempre, lo peor, Soderbergh no quiso saber nada, y esta vez no se equivocó. El premio fue para *True Love*, el inspirado homenaje de Nancy Savoca al romanticismo, ambientado en el Bronx. Luego, Paul Mazursky, maestro de ceremonias, anunció muy teatralmente: «La he visto y me ha

encantado: i*Sexo, mentiras y cintas de vídeo!»* Soderbergh obtuvo el Premio del Público. El director, sonrojado y con las orejas rojas, subió tambaleándose al podio y masculló unas palabras, dio las gracias a Marjorie Skouras y se fue a celebrarlo. Al día siguiente regresó a Los Ángeles.

Para Soderbergh, los diez días que pasó en Sundance fueron un sueño. Seguía sin un centavo y aún no se había librado del infierno del dentista. Cuando era niño, sus padres nunca se habían molestado en llevarlo al dentista. «A los nueve años tuve un dolor de muelas y fui al dentista por primera vez», recuerda. «El tipo exclamó: "¡Oh, Dios mío!" Mientras filmaba *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, el ortodoncista dijo: "Tiene la mandíbula fuera de lugar." Extrajeron tejido del paladar y lo graparon en las encías, que necesitaban un refuerzo. Fue un desastre, un proceso de cinco años. Tuve que llevar el aparato un año entero.»

Luego un amigo le puso en las manos cinco copias de la crítica de *Sexo*, *mentiras y cintas de vídeo* aparecida en *Variety* y firmada por Todd McCarthy, muy favorable. Su agente recibió una llamada de Pollack, que había leído la crítica y quería ver la película. Inmediatamente después de esa llamada, Soderbergh tuvo noticias de Barbara Maltby, una productora que tenía un acuerdo con Wildwood, la productora de Redford. Yerxa y Berger le habían hablado de la película de Soderbergh y le habían pasado *El rey de la colina.* Maltby le dijo que Redford quería trabajar con él.

También llamaron de la oficina de Don Simpson y Jerry Bruckheimer. Para alguien como Soderbergh, estos superproductores representaban todo lo tóxico que tenía la industria y ni siquiera se molestó en devolverles la llamada. «Son unos canallas, apenas pasan por seres humanos», le dijo unos meses más tarde a Terri Minsky, de *Rolling Stone*. Pero en realidad no conocía a Simpson ni a Bruckheimer y después, abochornado, se disculpó.

Dollard, que en un mes atendió unas quinientas llamadas en relación con Soderbergh, tuvo que trabajar hasta altas horas de la noche para encontrar tiempo para otros clientes. «Se parece a ser el representante de The Doors en 1967», dijo entonces. Dollard aumentó los honorarios de Soderbergh de treinta y cinco mil a

doscientos mil dólares por escribir un guión, a cien mil por reescribirlo y a quinientos mil para dirigir.

Soderbergh sabía que tenía que aprovechar el entusiasmo antes de que lo barriese una ráfaga de viento polar, algo que esperaba de un momento a otro. El 8 de marzo se reunió con Pollack. Emocionado, pensó: ¡Vaya, Sydney Pollack! Soderbergh le sugirió un libro titulado *The Last Ship*, ambientado entre un puñado de supervivientes de la Tercera Guerra Mundial, una especie de *On the Beach* en el agua. Luego recibió una llamada de Mark Johnson, que dirigía Baltimore Pictures, la compañía del director Barry Levinson. Soderbergh le dijo que estaba interesado en el guión de *Kafka*, de Lem Dobbs. *Kafka* llevaba años circulando y disfrutaba de una considerable reputación *underground*, pero nadie lo quería porque llevaba el «no comercial» estampado en cada página. Entre tanto, Pollack le había lanzado *The Last Ship* a Casey Silver, de Universal, que lo aprobó la tercera semana de abril. De repente, Soderbergh se vio barajando tres proyectos. Su brillante carrera empezaba a complicarse.

Los distribuidores independientes no se cruzaron de brazos. Encima de los despachos de Larry Estes en RCA/Columbia, ubicados en un flamante edificio en la esquina de Olive con Riverside, en Burk, el cielo estaba negro de compradores que revoloteaban en círculo. La lamentable situación financiera de algunas de esas empresas las volvían más voraces: se aferraban a *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* como a una tabla de salvación. Además, con la película casi al rojo vivo, Estes y Newmyer estaban en la envidiable situación de poder elegir. Los dos productores, sentados en la sala de juntas de RCA/Columbia con su imponente mesa de piedra, encajaron a todos los compradores de la ciudad y los observaron representar sus numeritos de feria a intervalos de una hora. Barker y Bernard, de Orion Classics; Janet Grillo, de New Line; Lipsky, de Skouras... Bingham Ray hizo una apasionada defensa de Alive Films: «No estamos tan forrados como esas otras empresas, pero sí más ávidos, porque se trata de mí y yo estoy muy hambriento», imploró. «Se me cae la baba por esta película. Me cortaría el brazo izquierdo con tal de hacerla. Haría la mejor oferta posible, pero... ¡ay!, no

tengo dinero que ofrecer! Muchísimas gracias.» Como es lógico, no la consiguió.

New Line ofreció un par de cientos de miles de dólares, pero desistió por la ausencia de derechos de vídeo y pensó que *True Love*, de Savoca, era una apuesta mejor. También Goldwyn respiraba entrecortadamente. Como Tom Skouras, Goldwyn era un vástago de la realeza de Hollywood, famoso por espiar en los estudios, siempre preocupado por lo que opinaban y por mantenerse en buenos términos con la gente de Lew Wasserman. Goldwyn era un caballero amable, magnánimo y refinado. Su compañía practicaba la política de no pagar anticipos sin tener los derechos de vídeo. Pero... había una pequeña empresa emergente que contactó con Estes y Newmyer y que no era amable, magnánima ni refinada. Se llamaba Miramax.

Cuando empezaron, en 1979, los Weinstein se alimentaban de lo que quedaba en el fondo de la olla, repescando películas –cualquier cosa en celuloide– que nadie quería tocar. Como muchos otros en la industria, esconden esqueletos blandos en el armario, películas con títulos como *I'm Not Feeling Myself Tonight* y *A Thousand and One Arabian Nights*. Para ellos, el sexo vendía. Si *Los cuatrocientos golpes* cambió la vida de Harvey, como él afirma, para Bob fue *I Am a Curious Yellow*, calificada X por sus escenas de desnudos frontales. Como escribió Bob en *Vanity Fair*, los hermanos vieron «una sala repleta de "amantes del arte" que nunca habrían ido a ver una película subtitulada a menos que tuvieran un añadido», a saber: sexo. Compraban películas X, a menudo británicas, a un precio que podían permitirse, las retocaban a fin de hacerlas más aceptables para el público norteamericano y luego las vendían a ávidos distribuidores de vídeo y a florecientes cadenas de cable como Showtime o Cinemax. Cuando Harvey encontró *Adiós, Emmanuelle*, la tercera entrega de la interminable (y rentable) serie de películas de porno blando protagonizadas por Sylvia Kristel, debió de esbozar

una ancha sonrisa y agasajarse con otro sándwich de atún con pan de centeno.

Los hermanos entraron en el negocio de la distribución con un par de películas de conciertos, entre las que había una de Genesis y otra de Paul McCartney. Al volver de Cannes en 1981, Harvey hizo una escala en Londres y compró *SPB (The Secret Policeman's Ball),* versión cinematográfica de un concierto benéfico para Amnistía Internacional que incluía varios números cómicos a cargo de miembros de los dos principales grupos de comediantes británicos – Beyond the Fringe y los Python, que entonces disfrutaban del éxito de *La vida de Brian* (1979)con música de Pete Townshend, entre otros. La gente de Amnistía, al borde de la bancarrota, no sabía prácticamente nada de la industria del cine y no esperaba un anticipo. En una palabra, una situación fabricada a medida para los Weinstein, que la explotaron al máximo.

Martin N. Lewis, el productor de la película, un británico extravagante y acelerado, aspirante a cómico de micrófono, se reunió con Harvey en un hotel de Mayfair. Aunque no había visto la película, Harvey, que desbordaba entusiasmo, dijo, en un bronco gruñido con un deje de Queens que rara vez escapaba del registro de una tuba: «¡Esto es fantástico! Podemos promocionarlo, podemos lanzarlo a lo grande, ¡lo hicimos por Paul McCartney!» Lewis estaba desconcertado pero agradecido al ver que alguien se interesaba por su criatura; tras escuchar a Harvey apenas treinta segundos, la sorpresa se convirtió en amor y el director exclamó: «¡Muy bien! La película es vuestra.» Años más tarde recordó: «Fue un gesto impulsivo. Ese hombre tenía mucha energía. Yo sabía que en el mundo había gente que comerciaba con mierda y sentí que Harvey era uno de ellos, pero que iba a cumplir.»

No obstante, Lewis cometió un error, a saber: le mencionó de pasada a Harvey que estaba trabajando en una segunda parta de *SPB*. Y Harvey exclamó: «¡Magnífico, fantástico!» Desde Estados Unidos empezó a llamarlo todas las semanas: «¿Qué tal va la segunda parte?»

«Bueno, vamos a hacerla...»

«¿Cuándo? ¿Cuándo vais a hacerla?»

«En septiembre. Puede que os la demos, pero veamos antes cómo os va con la primera.»

«Martin, tenemos que hacer algunos cambios.»

«¿Cambios?»

«Entiéndeme. Hay partes que no van a funcionar con el público de aquí. En ese punto tienes que confiar en mí. Tenemos que volver a montarla.» Lewis puso objeciones. Al fin y al cabo, era material original de Python, nunca visto hasta la fecha. Pero Harvey cortó y cortó y siguió cortando. En poco tiempo, una película que había durado unos ciento diez minutos pasó a tener sólo sesenta y cinco, poco más de la mitad. Con todo, Lewis seguía sin comprender por qué Harvey estaba tan ansioso por asegurarse la segunda parte. Cuando la continuación finalmente estuvo lista, tenía más material de Python, mucha más música –Sting, Eric Clapton, Jeff Beck, Phil Collins–, y la filmó un director de verdad, Julien Temple, por unos ciento veinte mil dólares. El título: *The Secret Policeman's Other Ball (SPOB).* A esas alturas Harvey llamaba a Lewis varias veces al día. Muy interesado, preguntaba: «¿Cómo va todo? ¿Qué tal pinta el nuevo espectáculo? ¿Están disponibles los derechos?» La primera obligación de Lewis era Amnistía; tenía el deber de conseguir las mejores condiciones posibles. Confiaba en que *SPB* fuera un exitazo y esperaba vender la segunda parte a alguna empresa norteamericana importante y cobrar un jugoso anticipo. En consecuencia, siempre contestaba lo mismo: «Veamos. ¿Qué tal os va con *The Secret Policeman's Ball?»*

Lewis llevó *SPOB* al Festival de Cine de Los Ángeles, Filmex, en marzo de 1982, con la esperanza de encontrar un comprador. Pero casualmente se encontró con Harvey y comenzó otra vez el toque de tambor: «Tenemos que conseguir *The Secret Policeman's Other Ball*, tiene que ser nuestra.» Agotado, Lewis aceptó. Pero preguntó: «Es un programa doble, ¿verdad? ¿No es eso lo que estás pensando?» Harvey contestó: «No, no, eso significaría tres horas; la gente no va a pasarse tres horas viendo dos películas. Hay que compactarlas en una sola película. Se puede ganar mucho dinero si se puede hacer una película con esa marcha.» Tras seis semanas en la sala de montaje, consiguieron reducir a una las dos películas, y los

doscientos cuarenta minutos originales quedaron en apenas cien. A esta versión combinada la llamaron *The Other Policeman's Secret Ball*; esperaban, en efecto, recaudaciones «marchosas».

Harvey había vendido la película de Lewis basándose en su experiencia con películas de conciertos de rock, McCartney y Genesis, pero Lewis se puso a estudiar las campañas de márketing de los Weinstein. Y pensó: Por Dios, ¿qué demonios es esto? ¿*Spaced Out*?* ¿*Adiós, Emmanuelle?* ¿En qué me he metido? «Me di cuenta de que no sabían nada de distribución», dice Lewis. «Tenían pasión, pero también mucha bravuconería. Miré las maquetas de los anuncios y me quedé de una pieza. Eran terribles, de mal gusto. Uno de ellos tenía citas de varios críticos de cine escritas en un rollo de papel higiénico.» Lewis les dijo a los hermanos Weinstein: «Esa campaña es una mierda, si no os importa que os hable así.»

«Mira, puede que sea gordo, pero no soy estúpido. Tú eres más listo, ¿verdad?»

«Sí, creo que sí.» Lewis sabía que poco antes Jerry Falwell había hecho campaña contra *La vida de Brian*, de Python, tras el estreno en 1979. En un esfuerzo por crear cierta polémica propia pinchando a la mayoría moral, diseñó un anuncio televisivo alrededor de Python Graham Chapman vestido conservadoramente con un terno, sentado a un escritorio con una bandera estadounidense detrás. «¡Compatriotas, americanos, soy de la Mayoría Moral! Quiero protestar enérgicamente contra esta repugnante película, *The Secret Policeman's Other Ball*. Es, sin duda alguna, la más lujuriosa, lasciva y de mal gusto desde *Sonrisas y lágrimas*. ¡Debería prohibirse antes de que nos convierta en una nación de pervertidos!» Y en ese momento se ponía de pie dejando al descubierto un tutú rosa y medias de seda de rejilla. Lewis les explicó su idea a los hermanos: «Perfecto. Que prohíban la película.» Y recuerda: «Vi en la cara de Harvey y de Bob una mirada inexpresiva. No entendían nada de publicidad. No sabían nada de argumentos, ángulos, dobles. Para ellos, la publicidad era sólo críticas de películas. Poner anuncios, comprar espacio. Eran promotores de conciertos.»

Así y todo, los Weinstein le dieron luz verde. A lo sumo, Lewis

esperaba tener suerte con unas cuantas columnas. No tuvieron el apoyo de la Coalición para una Televisión Mejor, que en esos momentos cargaba contra las grandes cadenas. La asustadiza filial de NBC en Nueva York rechazó el anuncio citando una resolución conjunta del Congreso (1941) que prohibía el uso de la bandera en anuncios publicitarios. Lewis llamó de inmediato a *Saturday Night Live*, que, aunque un poco entrado en años, mantenía el éxito de sus primeros tiempos, y pidió que pasaran el anuncio. Y lo hicieron, en la retransmisión del fin de semana. Recuerda Lewis: «¡Teníamos una gran historia! A Bob y Harvey los ojos se les salieron de las órbitas. "¡Ajá, ajá!" Lo captaron, por fin entendieron qué era la publicidad. "Martin, pensábamos gastar sólo cinco mil dólares en un anuncio en una televisión local, pero esto es a escala nacional, esto vale cien mil dólares."» De repente, Lewis, en quien los Weinstein no habían confiado plenamente, ya no podía hacerles ningún daño. «Harvey me llamaba el tercer hermano», prosigue. «Yo era como el quinto Beatle. Después hubo un millón de terceros hermanos, pero yo fui el primero.»

SPOB se estrenó en Nueva York el 21 de mayo de 1982. Según un anuncio que los Weinstein pusieron más tarde en *The Hollywood Reporter*, la película recaudó seis millones de dólares, cantidad de la que, al parecer, muy poco vio Amnistía Internacional. Dice Lewis: «No hicimos mucho dinero en las salas, es lo que recuerdo. ¿Recibió Amnistía hasta el último centavo que le correspondía? No lo sé. Una buena parte se fue en gastos, que probablemente fueron muchos, pero nosotros [en Amnistía] no sabíamos cómo calcularlos. ¿Si pienso que Harvey y Bob le robaron por la cara cuatro millones a una organización de derechos humanos, que timaron a Amnistía Internacional? No. Lo que nos dijeron fue que la recaudación en las salas generaría más publicidad y avidez para el vídeo doméstico y la televisión. ¿Si quedó descontenta Amnistía? Nuestras expectativas eran mínimas, cero. Amnistía estaba encantada, sin palabras.»

Pensando que actuaba con inteligencia, Lewis no había soltado los derechos para vídeo y televisión imaginando que podría venderlos por más dinero después del estreno de la película. Pero Harvey, desesperado, no estaba dispuesto a renunciar. Parecía un pelo que

se queda atravesado en la garganta, que no consigues tragar. Y bramaba: «¡Vas a venderme esos derechos!»

«No voy a venderte esos derechos. Quiero esperar que se estrene la película.»

«Pero me pertenecen...»

«Ése no fue el trato.»

«Hemos dedicado mucho esfuerzo a esto, hemos sido un equipo.»

Y prosigue Lewis: «Me intimidó y me llenó de culpa. Terminé empapado en sudor, pensé que eso se parecía al polvo más intenso que había echado en la vida. Era horrible y agradable al mismo tiempo. Mi novia me matará.» Cuando Lewis colgó, había aceptado venderle a Harvey los derechos para vídeo y televisión.

Harvey y Bob aprovecharon al máximo cada fotograma de la película, mezclando y remezclando la baraja *SPB/SPOB*, reciclando y volviendo a cortar el material como los indios de las praderas, tan famosos en la escuela primaria y elogiados por aprovechar hasta la última parte del búfalo, por comerse la sangre, por utilizar la piel para prendas de vestir y las pezuñas para cualquier cosa. En 1983, los Weinstein parecen haber adquirido los derechos de distribución cinematográfica de *Los caballeros de la mesa cuadrada (Monty Python and the Holy Grail)*, que ya tenía ocho o diez años; la pusieron en un programa doble con *SPOB,* que llevaba proyectándose un año, distribuyeron botones que decían «Pythonízate» y ganaron mucho más dinero. Alimentando las voraces fauces del vídeo, cogieron las tomas eliminadas de *SPB* y *SPOB* para montar una película de noventa minutos que fue directa a los videoclubs *(The Secret Policeman Private Parts,* vendida a Media Home Entertainment). Harvey y Bob volvieron a cortar en dos tajadas la tarta llamada *The Secret Policeman* (comedia y música: *The Secret Policeman's Private Party* y *The Secret Policeman Rock Concert)* y las vendieron a una compañía japonesa.

A diferencia de la mayoría de distribuidoras que comenzaron como ellos, recogiendo los desperdicios descartados por las más grandes, Harvey aspiraba a ganarse respetabilidad intelectual y estética; cuando en Cannes vio por casualidad *Eréndira* (1983), película brasileña dirigida por Ruy Guerra y basada en un relato de Gabriel

García Márquez, no la dejó escapar. Dice Robert Newman, hoy agente de International Creative Management (ICM) pero entonces recién salido del horno de la escuela de cine de la Universidad de Nueva York, que hacía de recadero para Miramax por 3,5 dólares la hora: «Mientras aún intentaban comprar una película, ya le habían vendido a alguien los derechos de vídeo y empezaban a prevenderla a las salas de cine. Se parecía a comprar la vaca con su propia leche.» En *Eréndira* trabajaba la mítica Irene Papas y una desconocida muy sexy llamada Claudia Ohana. Newman preguntó, escéptico: «¿Cómo la vendes?»

«¡Muy sencillo!», respondió Harvey. «Tiene a un ganador del Nobel y tiene sexo. Hay que promocionar las dos cosas.»

Harvey sabía que a García Márquez, abierto crítico izquierdista de los Estados Unidos, el gobierno norteamericano le había negado el visado de entrada, y utilizó el incidente en su provecho, orquestando un escándalo basado en el hecho de que el Departamento de Estado no permitiría que el Nobel de literatura fuera a los Estados Unidos para asistir al estreno de la película. Según Newman, la idea era «lanzar el mensaje sin tener forzosamente que firmar cheques». Jugando la carta Irene Papas, Harvey consiguió que *Eréndira* se proyectase en el Festival de Cine de Nueva York al mismo tiempo que metía a Ohana en las páginas de *Playboy*. Dice Reid Rosefelt, veterano publicista independiente al que Harvey contrató para que trabajase en la película, que Miramax «retocó los pechos de Ohana. Yo pensé: Esto es diferente. Los Weinstein estaban descaradamente decididos a vender, algo que yo nunca había visto en los mercados especializados».

Eréndira fue un éxito modesto. No obstante, y esto es más importante, con la mezcla de sexo, polémica y prestigio que acompañó al imprimátur de García Márquez, se convirtió en modelo de la clase de películas que Miramax quería distribuir y de la clase de campaña de márketing que emplearían para lanzarlas.

Desde el principio quedó claro que los Weinstein no se darían por satisfechos distribuyendo sólo películas ajenas. Estos dos jóvenes, obsesionados por el cine como muchos de los que trabajaban en los viñedos de la distribución independiente, eran directores frustrados.

Bob, que se imaginaba guionista, escribió, con ayuda de Harvey, un guión titulado *Grand Slam* que no llegó a ninguna parte. En 1980, los hermanos hicieron una imitación de la serie *Halloween,* de John Carpenter, un típico *slasher*, llamada *The Burning*, en la que el cuidador de un campamento de verano corta en trocitos a cachondas adolescentes con sus tijeras de podar. Harvey la produjo y Bob se puso el crédito de coguionista.

A finales de los años setenta, Harvey se había comprado una casitarefugio en Crystal Beach, Canadá, justo al norte de Buffalo, y fue allí donde los hermanos comenzaron a escribir el guión de la película que, esperaban, lanzaría su carrera de cineastas. La película era parte John Hughes y su mundo adolescente, parte comedia musical. Cuanto más evolucionaba la trama –unos adolescentes heredan una casa en un pueblo, un verdadero elefante blanco, y la convierten en un hotel rocanrolero–, más autobiográfica se volvía, basada libremente en los días y las noches de los Weinstein en el Century Theater de Buffalo. Los amigos de Harvey y Bob pensaban que *Playing for Keeps* era una especie de piedra roseta freudiana que permitía analizar sintácticamente el puzle del desconcertante desarrollo emocional de los hermanos.

Ninguno de los dos había dirigido nunca, por lo cual rodaron un carrete promocional de veinte minutos que llevaron a Cannes con la intención de encontrar a alguien que los financiara. Recuerda Alan Brewer, amigo de la infancia de Harvey, que supervisó la música de la película y que supuestamente iba a figurar como productor en créditos: «La gente decía que estaban locos si intentaban hacer esa película con la limitada experiencia que tenían, pero eso sólo sirvió para motivarlos, especialmente a Harvey. "¿Crees que estoy loco? ¡Pues mírame!"» Harvey lanzó la película basándose en el álbum de la banda sonora y prometiendo que estaría lleno de números de las superestrellas que habían promocionado en Buffalo. Para Weinstein, no tenía importancia que la película propiamente dicha fuese un fracaso; la banda sonora era oro puro, por no hablar de los productos derivados del vídeo musical. Una compañía con base en Londres, J & M Films, terminó convencida y consintió en financiar la película con unos cuatro millones de dólares.

Incorporado en la estructura de la mayor parte de las producciones hay un sistema de controles y contrapesos: el director contra el productor, la estrella contra uno de ellos o contra los dos, y el estudio contra todos. Pero, por megalomanía, paranoia u otro desorden más exótico, los hermanos, en su infinita sabiduría, decidieron hacerlo todo ellos dos: dirigir y producir. Y, para fastidiarla aún más, decidieron que los dos harían las dos cosas, es decir, que coproducirían y codirigirían.

La película, *Playing for Keeps*, se rodó en una granja de Bethany, Pennsylvania, cerca de Wilkes-Barre. Los Weinstein hicieron preparar en Los Ángeles el *storyboard*, el esquema audiovisual del argumento, así que, en teoría, el rodaje no tendría que presentar problemas. En la práctica, todo fue distinto. Recuerda Jeff Silver, hoy socio de Outlaw Productions y entonces contratado por el jefe de producción como director de producción: «Yo siempre he dicho que *Playing for Keeps* era el Arca de Noé de las películas; de todo había dos ejemplares.»

No hace falta decir que la bestia bicéfala se comió el presupuesto dos veces. Los problemas económicos fueron graves y comenzaron pronto, incluso antes de que se iniciara el rodaje principal. Recuerda Silver: «Cuando llegué, dos semanas antes de que empezaran a rodar, prevalecía la sensación de que estaban hundiéndose y se suponía que yo tenía que encontrar quién era el problema y dónde estaba. Fui de departamento en departamento preguntando: "¿Por qué os habéis pasado tanto del presupuesto?" Y me decían: "Recibimos una orden de Bob y otra de Harvey." Por lo general, Harvey y Bob nunca se ponían de acuerdo, excepto en lo relativo a negociar, con mucho toma y daca, los costes del equipo de producción; ahí sí estaban en perfecta armonía. El tema de los costes los hacía rabiar y gritar mucho, pero eran ellos los principales instigadores de ese aumento debido a su incapacidad de decidir nada. En mi informe dije: "Son los chicos, son los hermanos los que están estropeándolo todo." Me contrataron de detective, pero descubrí que el culpable era el cliente.»

Las cámaras se encendieron a mediados de septiembre de 1984. Los codirectores son algo tan raro como las mulas de dos cabezas, y

Playing for Keeps es la mejor prueba de ello. Cada vez que era necesario tomar una decisión, se preguntaban: «¿Tendríamos que filmar esto así o asá?» «Se pasaban el día peleando detrás del monitor, hasta el punto de que todos nos preguntábamos si se suponía que debíamos hacer algo, porque a veces las peleas duraban quince y hasta veinte minutos», recuerda Silver. «En el plató, eso es una eternidad.» Cuando no conseguían ponerse de acuerdo, es decir, la mayoría de las veces, filmaban la escena por duplicado, pensando que luego resolverían el problema en la sala de montaje.

Con el carrete de promoción a un lado, los Weinstein no tenían prácticamente experiencia con actores, almas sensibles que necesitan mucha ternura y muchas atenciones, especialmente estos actores, tan jóvenes, inexpertos... y baratos. (Mary Ward interpretaba a «la chica» de la trama secundaria romántica; para Marisa Tomei era su segunda película, esta vez como protagonista.) Los actores no respondían particularmente bien a las amenazas y al ninguneo, las únicas armas que los Weinstein tenían en su arsenal. Recuerda alguien que asistió con frecuencia al rodaje: «Decían: "Muy bien, Bob ha estado dos horas delante del monitor de vídeo, relajándose, cargando las pilas", pero luego venía y te daba una patada en el culo. Después Harvey iba a relajarse antes de venir a darte otra pata en el culo. Parecía dirigir una pareja de luchadores. Un día hicieron llorar a Mary Ward, como una histérica. Los dos la tomaron con ella a gritos. Es decir, no sólo te gritaba un director, sino dos.»

Añade Silver: «No fue sólo Mary Ward. Vi lágrimas también en la sala de montaje. Esos tipos eran unos tiranos, unos manipuladores emocionales. Te gritaban por algo que te habían dicho ayer y el día siguiente te decían que no era eso lo que habían dicho. De repente una cosa era estupenda, y a los cinco minutos, un desastre. Profesionalmente estoy acostumbrado a dejarles pasar muchas cosas a los directores en cuestión de temperamento. En los rodajes la gente sufre cambios de personalidad, se parece a la mentalidad de guerra. La primera media docena de veces imaginé algo así como "Lo entiendo, chicos, simplemente estáis de la olla y pasando un mal

momento; no pasa nada, estamos aquí para ayudar". Pero ese rodaje superó todo lo imaginable. No había manera de comunicarse con ellos. Cuando la agarraban contigo y actuaban como si estuvieras allí para hacerles daño, entonces es cuando levantabas las manos y decías: "Muy bien, es posible que no pueda ayudar." Convirtieron nuestra vida en un infierno.» Al final, Silver se dio por vencido. «La descripción de mi trabajo era: "Poner a este imbécil bajo control." Pero nadie podía hacerlo.»

Y, puesto que los Weinstein también producían la película, no había nadie que dijera «no». Recuerda Brewer, también a bordo como productor: «Les costaba muchísimo oír que alguien decía: "Si haces eso, la pagarás. No está incluido en el presupuesto." Los Weinstein decían: "No me importa. ¡Saca el dinero de otra parte!" Pero no había otra parte de donde sacarlo.» Prosigue Silver: «Nadie sabía cuál era el presupuesto. En realidad, no había presupuesto. Era un auténtico desastre.» Incluso hoy es imposible determinar cuánto terminó costando la película. Añade Silver: «No me sorprendería que fuera el doble de los cuatro millones iniciales. El rodaje duró semanas y costó millones.»

Alarmada, Film Finances, la empresa que aseguraba el cumplimiento del contrato, envió al plató a David Korda, miembro de la famosa familia del cine británico e hijo de Zoltan Korda, que en 1939 dirigió la versión de *Las cuatro plumas*. Entretanto, J & M envió a Chris Mankiewicz, ex ejecutivo de United Artists, para que se echara en las vías e hiciese frente a ese tren fuera de control. Como Korda, Mankiewicz era un veterano en derechos cinematográficos. Su padre era Joe Mankiewicz, director de clásicos como *Eva al desnudo*, y su tío, Herman J., guionista de *Ciudadano Kane*. «Era noche de aficionados en Dixieville», recuerda Mankiewicz. «Ni Harvey, el Otto Preminger de los dos hermanos, el exagerado, el que gritaba, ni Bob, el hermano gnomo, muy testarudo e inflexible, tenían la menor idea de cómo escribir una película, pero no estaban dispuestos a reconocerlo. Esos patanes, esos ordinarios bárbaros de Buffalo, demostraron no tener la menor aptitud para el cine. No sabían qué querían hacer ni cómo hacerlo. Recuerdo un ritmo glacial de rodaje y mucha indecisión. Era una película basada en un guión

muy dudoso, una comedia de lo más espantosa, sin ninguna gracia. ¿Los Weinstein dirigiendo una comedia al estilo Frank Capra? No. Para mí eran unos charlatanes. No podía creerme que alguien les hubiera dado dinero para hacer esa película. En esos días eran dos clientes horrorosos. Harvey me abucheaba cada vez que me veía. Ni el infierno tiene la furia de un Weinstein desdeñado. Era feroz. Se parecía a Mike Tyson cuando empezó, cuando se abalanzaba sobre el adversario en cuanto sonaba la campana y todo el mundo dejaba de respirar pensando que iba a triturarlo. Nunca conocí a nadie con esa intensidad tan animal.»

Tampoco le pareció a Mankiewicz que a Harvey le interesase mucho la película. «Me dio la impresión de que no había nada en la historia del cine que Harvey respetara, tampoco ninguna película especial», prosigue Mankiewicz. «Imagínate que tienes en el estudio a un Mankiewicz y a un Korda y que nunca les digas: "Eh, cuénteme algo sobre su padre o su tío." Creo que ni siquiera sabía nada de la familia Korda ni de mi familia, y tampoco le importaba. He crecido sabiendo un montón de cosas sobre los grandes guionistas. Tienen algo de poeta o de narrador de cuentos, tienen sensibilidad artística. [Con Harvey] nunca sentías nada parecido a la presencia de una musa. Da igual, ya podía hacer cine, donuts o piezas de ametralladoras; para él se trataba de un producto, lo único que tenía era una ambición insaciable. Era un tipo que quería hacer carrera o ganar mucho dinero.»

El rodaje fue alargándose días y semanas pasada ya la fecha límite del calendario, hasta que el 10 de noviembre de 1984 Film Finances cerró el grifo después de cuarenta y ocho días. Según Martin N. Lewis, los hermanos sabían que la película no valía mucho: «Estaban intentando mejorarla y su manera de hacerlo era la banda sonora. Pidieron favores a toda la cristiandad... y a la judeidad. Fueron a ver a Townshend, a Pete Townshend. Y les dio una canción: «Life to Life». Y también a Simon Le Bon, de Duran Duran. También consiguieron una canción de Phil Collins, un tema eliminado de sus álbumes, aunque no era malo. Pero los Weinstein no se dieron por satisfechos. Querían también a los veteranos, por eso fueron a por Peter Frampton. Querían también a la pandilla afroamericana y

fueron a buscar a Sister Sledge. Cubrieron hasta la última capa de población conocida por la humanidad. Bob y Harvey no tenían fotos de esa gente follando con animales, nada con que chantajearlos; si les dieron canciones fue por su encanto implacable, por la presión, porque los engatusaron. "Por favor, danos un respiro. Hemos hecho una película, necesitamos tu ayuda." Su compulsión superaba con creces su creatividad como directores, pero era imposible no admirarla. No aceptaban un no por respuesta. Se parecían a Terminator; sencillamente no paraban.»

Harvey había dejado la tienda de Nueva York a cargo de Robert Newman y Jim Doyle, su compinche de la era Buffalo. Pero, sin la atención constante de los hermanos, el negocio se fue resintiendo, sobre todo porque el montaje duró aproximadamente un año más y *Playing for Keeps* los dejó sin aire y sin dinero. Dice Brewer: «*Playing for Keeps* debilitó definitivamente las finanzas de Miramax y colocó a la empresa en una situación muy frágil. La atmósfera era tensa, daba miedo.» Y añade Lewis, escogiendo las palabras con cuidado: «La pasión por conseguir que *Playing for Keeps* triunfase no se correspondía con la calidad de la película, era más intensa que la amistad que teníamos. No me sentía timado, sino quemado. Cuando uno da una fiesta y ha invitado a todo el mundo, cuando has hecho todos los preparativos, hay un momento en que necesitas sentarte cómodamente y decir: "Ya está. Será lo que tenga que ser." Pero ellos no eran así, no podían parar. Si *Playing for Keeps* hubiera sido un éxito, también habría sido un golpe maestro para ellos. Iban detrás del éxito.»

Universal, que se había hecho cargo de la película en los días de decadencia del régimen de Frank Price, probablemente por la banda sonora, la abandonó sin miramientos. Dice Tom Pollock, sucesor de Price: «Lo que le hicieron a esa película es lo que Harvey ha hecho con muchas otras desde entonces.» Y prosigue Lewis: «La gente verdaderamente tonta habría dicho que era una gran película, que Universal los había jodido, que ya harían otra. Ya llega *Playing for Keeps 2*. Pero lo que dijeron fue: "No somos Steven Spielberg, tenemos que encontrar solos un hueco." Lo único que sabían hacer

bien era entender las películas y sentir pasión por ellas; comercializarlas. Y siguieron ese camino.»

Harvey y Bob regresaron a Miramax, pero no encontraron lo mismo que dejaron. *Playing for Keeps* les pasó factura. Como dice Ed Glass, que montaba tráilers para los Weinstein: «Esa película parecía la Segunda Guerra Mundial. No se terminaba nunca. La filmaron, la montaron, rodaron nuevas escenas, la volvieron a montar... Siempre a gritos. [Los hermanos] se peleaban entre ellos y esas peleas salpicaban a todos los que los rodeaban.» Poco a poco, los viejos amiguetes se fueron marchando. Recuerda Doyle: «Unos días o unas semanas después del estreno nos fuimos yendo uno a uno. Harvey y Bob estaban tan cabreados y tan decepcionados por el fracaso... Siempre fue duro trabajar para ellos, pero en esa época era sencillamente horrible.» También se marchó Brewer, que conocía a Harvey desde los primeros años de secundaria. Y lo mismo hizo Lewis. Prosigue Doyle: «Newman también decidió que no quería saber nada de esa película. Se fue. Yo escuchaba las historias que me contaban. "Bob dijo esto, Harvey hizo lo otro, no puedo soportarlo, Jimmy; tengo que largarme." De pronto, sólo quedé yo. Todos los demás estaban en libertad. Y por eso dije: "Ya no quiero seguir haciendo esto."»

Así cayó la primera fase del cohete Miramax.

Después de la debacle, los Weinstein planearon la defensa. El primer punto era repoblar las diezmadas filas de la empresa. Los hermanos eran demasiado pobres o demasiado míseros para emplear a gente con experiencia; preferían contratar a gente joven y barata, y cogieron a chicos de la calle o que acababan de salir de la facultad. Habiendo aprendido de memoria las lecciones de Lewis, los hermanos se cercioraron de tener suficientes publicistas, al menos el doble de las empresas de tamaño comparable. Eran las tropas de choque, los marines, los primeros en lanzar el boca a boca que movería la película. Una vez creado el ambiente, vendría el dinero para la publicidad, primero de fuentes locales y luego, si la película se imponía, nacionales. En cuanto línea de frente, estaban bajo una tremenda presión e inevitablemente la contagiaban. Mujeres en su mayoría, las llamaban «las Furias».

El segundo punto era encontrar a un nuevo Robert Newman que se pusiera al frente de la distribución. En la oscuridad, en el fondo de la sala Lincoln Plaza, de Dan Talbot –el primer lugar de exhibición de las películas independientes en Nueva York–, Bob se acercó a Bingham Ray y le preguntó si quería ese trabajo. Ray lo rechazó y le sugirió a Mark, el hermano menor de Jeff Lipsky. Mark no sabía mucho acerca de Miramax, sólo había oído que la llevaban dos hermanos bastante chalados. Y recuerda: «Llamé a todos mis conocidos del gremio para pedirles consejo; no hubo ni uno solo que no me dijera: "Haz lo que quieras, pero no trabajes para ellos."» Cuando Bob le ofreció el puesto, Mark aceptó.

No pasó mucho tiempo antes de que Lipsky descubriera que Miramax se encontraba en una situación desesperada. Recuerda: «No podíamos entrar en una sola sala de proyecciones de Nueva York sin el dinero en mano. Una vez me echaron literalmente, diciéndome: "Vuelve con el cheque en la mano."» Cuenta Stuart Burkin, empleado de posproducción: «Si decías que trabajabas en Miramax, se te cerraban puertas. Era lo último que tenías que decir cuando intentabas reservar una sala o conseguir a un actor que doblara un diálogo. "Tenemos que volver a grabar el *voiceover*, pero no podemos pagarte nada." "¿Pero quién llama? ¿Miramax? ¡Oh, Harvey Weinstein me debe dinero!"» Además, los Weinstein no tenían ni idea de cómo llevar un negocio. «Era una pesadilla conseguir que cogieran el teléfono», prosigue Lipsky. «Los Weinstein no dejaban que sus empleados hicieran su trabajo. Había demasiada gente haciendo lo mismo y había que hacer las mismas cosas decenas de veces. Si se hubieran gastado quinientos dólares en un curso de gestión por correspondencia, habrían doblado sus ingresos de la noche a la mañana.» Cuando dos años más tarde contrataron a Marty Zeidman como jefe de distribución, es decir, para que reservara salas, la mujer de Zeidman, que trabajó allí una breve temporada, descubrió que en la oficina había un escritorio repleto de sobres sin abrir que contenían cheques. Recuerda Zeidman: «Llevaban allí meses. ¡Nadie se ocupaba siquiera de abrir la correspondencia!»

Ese mismo año, 1986, Miramax contrató a Eve Chilton, una rubia

hija de una vieja familia blanca, anglosajona y protestante, con casa en el West Chop, en Martha's Vineyard.* Eve era una mujer despampanante, con unos rasgos perfectos sólo estropeados por un pequeño antojo color vino en la mejilla. Fue la nueva secretaria de Harvey, que se enamoró perdidamente de ella. «Parece que no tardó ni un día en lanzarse sobre Eve», recuerda Lipsky. «Durante dos semanas o más vimos una docena de rosas en el escritorio de Eve cada vez que entrábamos; las cosas tomaron tal cariz, que tuvimos que plantarle cara y decirle: "No puedes hacer esto; es un despacho, no tu terreno personal de juegos sexuales." En cuanto pudo la llevó al Festival de Venecia y a algunos de los mercados europeos; a partir de ese momento fueron inseparables. Fue un flechazo; todo muy intenso, muy rápido.»

Siempre de punta en blanco, Chilton era una anomalía en esa pocilga llamada Miramax, pero a la gente le gustaba aunque era tímida, callada y reservada, poco dispuesta a confiar en nadie. Los empleados apreciaban que Eve no se aprovechara de su relación con Harvey, lo cual no quiere decir que no se comportaran cínicamente al respecto. ¿Qué había visto una mujer tan hermosa en un tipo como Harvey?, se preguntaban. Además, también les fascinaba lo que Harvey sentía por ella. Parecía como si esa mancha la humanizara, la pusiera al alcance de todos, como si le diera a Harvey cierta influencia sobre ella. A espaldas de ambos, por supuesto, los llamaban la Bella y la Bestia.

Alison Brantley, una muchacha sureña bien educada, de Carolina del Norte, a la que Harvey había contratado para que dirigiera el departamento de compras, creía entenderlo. «Yo sentía que se querían de verdad. Cuando ella lo conoció, él estaba empezando, no era nadie, pero tenía algo que a ella le gustaba, algo como... belleza interior.» En presencia de Harvey, se entendía el porqué de esa extraña pareja; al menos debería haberse entendido. Como dice Brantley: «Si entrabas en su despacho sin pensar que intentaría de cualquier manera jugarte una mala pasada, eras un idiota. O sea, que había que contar con eso. Y eso es parte del encanto, parte de lo que a Eve le gustaba.»

La relación iba viento en popa; Harvey ascendió a Eve poniéndola a cargo de la división de películas infantiles. Al final, se casaron en un club muy pijo del East Side, famoso en los años setenta. Pasaron la luna de miel en San Bartolomé.

Chilton era el primer peldaño de la escalera que ayudó a Harvey a salir del pueblo en el que había crecido; al parecer, algunos de los nuevos empleados reflejaban el deseo de los hermanos de darle a Miramax un barniz de clase. Además de Brantley, los Weinstein trajeron al departamento de compras a Trea Hoving, la hija de Tom Hoving, director del Metropolitan Museum of Art. Brantley, que venía de Granada, la *crème de la crème* de las productoras británicas, recuerda: «Mis orígenes y los suyos eran tan diametralmente opuestos, que para mí la situación se parecía a caminar en la jungla. En la jungla hay leones, y yo era exactamente lo que esos leones querían comer. Pero adoré a Harvey desde el primer momento. Y me encantó *Nocturno indio*, la película de Alain Corneau. Harvey la proyectó y más que gritarme, por ejemplo: "¿Estás loca?", dijo: "¿Sabes una cosa, Alie? A veces uno se enamora de una película y eso no tiene nada de malo. No tengas miedo a usar tus instintos. Alguna vez tienes que equivocarte. Para eso aquí tenemos un equipo, para hablar." Me dio ánimos. Nunca tuve miedo de decirle exactamente lo que pensaba, sabía que me pagaba para eso. No me importaba cuánto intentase intimidarme; no consiguió frenarme.»

En mayo de 1986, Harvey y Bob fueron a Cannes. En el bar del Petit Carlton, Harvey entabló una conversación con un británico alto y despeinado llamado Nik Powell. Powell y su socio, Steve Woolley, un joven inteligente de aspecto infantil con delicados rasgos y el pelo castaño recogido en una cola de caballo, llevaban Palace Pictures, una empresa que era más Miramax que la propia Miramax. Dúo alocado, querían probarlo todo; Woolley y Powell, que tenían buen ojo para las películas y los actores, habían seleccionado con todo cuidado los mejores filmes de los ochenta para su distribución en el Reino Unido, películas tan diversas como *Pixote, The Evil Dead, Diva, Sangre fácil, Feliz Navidad, Mr. Lawrence, Stop Making Sense* y la serie *Pesadilla en Elm Street*. Los Weinstein no tardaron en reconocer en Powell, y sobre todo en Woolley, dos espíritus afines.

Dice Paul Webster, más tarde jefe de producción en Miramax y que en esos días trabajaba para Palace: «La idea de Miramax la tomó de Palace. La relación entre Steve y él fue un factor clave.» Recuerda Woolley: «Yo había salido del ambiente punk de los setenta y él de la promoción de grupos musicales, pero a los dos nos encantaba el cine. Un desayuno de trabajo terminaba convirtiéndose en todo un día en que no hacíamos más que hablar. La idea de Harvey de tomar como modelo a Palace significaba comprar películas como lo hacíamos nosotros –*Paris, Texas; El beso de la mujer araña*–, películas de calidad con cierto prestigio, con cierta distinción europea, películas que pudieran tener éxito. Lo que aprendió de nosotros fue esa bravuconería a la que no le falta un punto de histrionismo. –"Esta película nos encanta, vamos a promocionarla con tanta pasión como los directores que la hicieron."– Harvey me cayó bien, de veras, yo admiraba su espíritu. En cierto modo formamos una alianza de palabra.»

Si algo les había enseñado a los Weinstein el fiasco de *Playing for Keeps*, era que no sabían nada de producción, y Harvey estaba ansioso por aprender. Cuando conoció en París a Robert Hakim, el poderoso e intimidante productor francés de películas como *Belle de Jour* e *Isadora*, aprovechó la oportunidad y exclamó: «¡Oh, yo quiero hacer cine! ¿Puede enseñarme?»

«Si viene al Georges V todos los miércoles, le daré cuatro horas de clase.» Harvey fue y se sentó en las rodillas de Hakim. Un día, el francés le contó la historia del rodaje de *A pleno sol* –también conocida como *El talento de Mr. Ripley*–, con Alain Delon, entonces una gran estrella. Delon, al que no le gustó cómo funcionaban las cosas, al cabo de dos semanas de rodaje le dio a Hakim un ultimátum: «Si esto no cambia, adiós película.»

«Si te vas, suspendo el rodaje.»

«Pero... Ya has filmado dos semanas. ¡Vas a perder millones!»

«No me importa. No pienso dejar que chantajees mi película.» Hakim le dijo a Weinstein: «Si quieres ser un gran productor, tienes que ser el jefe de la película; si te sueltan una amenaza como ésa, simplemente decir: "Olvídalo."» Dice ahora Harvey: «Ésa fue una de las lecciones que aprendí pronto.»

Los Weinstein vieron *Working Girls* en la Quincena de los Directores, donde armó gran revuelo *Nola Darling*, de Spike Lee. Era un largometraje bastante descarnado sobre la vida de unas prostitutas de Nueva York, un ejercicio con presupuesto cero –cien mil dólares en el platillo–, cuya crudeza le daba la fuerza de convicción de un documental. Lizzie Borden, la directora, una mujer bajita y delgada vestida de negro de pies a cabeza, espectacularmente maquillada con lápiz de labios rojo sangre y recargada sombra de ojos, era toda una feminista y una presencia imprescindible en Manhattan, un caldero hirviendo de arte, política y teatro. En esos días, antes de que Ronald Reagan pusiera freno a las cosas, las películas como *Working Girls* podían conseguir ayudas federales y estatales, y los cuarenta mil dólares que Borden obtuvo en concepto de subvenciones constituyeron casi la mitad del presupuesto: «Tenía gratis los restos de película virgen y el revelado», recuerda la directora. «El noventa por ciento del tiempo me lo pasé pidiendo prestado o pidiendo limosna.»

Para Borden, *Working Girls* «no trataba de sexo, sino de trabajo»; para los Weinstein, trataba de sexo, y era Bob, en particular, el más ansioso por conseguirla aunque, como dice Mark Lipsky: «Le había impresionado. Era una película lesbiana. Los dos hermanos son muy conservadores. Buscaban esa clase de películas, pero por dentro se achicaban.» Lipsky y los Weinstein se reunieron con John Pierson, a quien los productores contrataron como representante de la película. Pierson era alto y delgado. Con el pelo suelto y una prominente nuez de Adán, se parecía un poco al Ichabod Crane de *Sleepy Hollow*. Conocía muy poco a los Weinstein, pero le caían bien. Los hermanos salieron eufóricos de la reunión, pensando: La película es nuestra; sin embargo, poco después recibieron una llamada de los productores. «Lo haríamos, pero no podemos», dijeron, revelando que tenían un compromiso previo con Circle Releasing, que les había ofrecido cien mil dólares. Pero a Bob, al que tampoco le gustaba que le dijeran que no, siguió llamando, exigiendo que volvieran a reunirse con él. Los productores respondieron: «No, Bob, ya hemos vendido la película; tenemos un trato.» Bob insistió: «No, no me entendéis, tenéis que reuniros con nosotros una vez más.» Dice

Borden: «Cada vez que le decíamos que no, Bob volvía a aparecer con una maleta con un poco más de dinero. Yo no confiaba en ellos, pero me caían bien. Fui a verlos al apartamento en el que trabajaban. Recuerdo que lo que me cambió completamente fue conocer a Eve, la asistente de Bob, la chica más dulce que he conocido. El hecho de que esa mujer pudiese estar enamorada de Harvey me hizo pensar: Muy bien, de acuerdo.» Cuando Miramax duplicó la oferta de Circle poniendo doscientos mil dólares encima de la mesa, Borden aceptó y dijo: «Joder, estos tipos desean mi película más que nada en el mundo. ¿Por qué no darles una oportunidad?»

Miramax, como todas las distribuidoras, se cobraba los costes de la parte más alta del presupuesto, y fue acusada de «inflar» las películas gastando en márketing el que habría sido el porcentaje del director y aumentar las recaudaciones, inflando así también su parte de los beneficios y, al mismo tiempo, mejorando el perfil de la compañía, una práctica nada rara en la industria. A los directores les encantaban la publicidad y las recaudaciones, y sólo más tarde reconocieron la fea verdad: un chichón en la frente. No obstante, los hermanos hicieron un buen trabajo con *Working Girls,* que recaudó cerca de 1,8 millones cuando se estrenó en marzo de 1987, una cantidad impresionante si se tiene en cuenta su coste. A la directora y a los productores les reportó unos setecientos cincuenta mil dólares. Sin embargo, después de repasar las cuentas, los productores de Borden exigieron una auditoría y encontraron facturas por el alquiler de esquíes durante el Festival de Cine de Sundance y una factura de mil dólares del Mark Hopkins Hotel, de San Francisco, dos meses después de que la película se estrenara en esa ciudad. Miramax tuvo que reembolsarle ese dinero a Borden. Era calderilla, pero, como escribió más tarde Pierson: «Los costes de distribución de una película independiente deberían ser siempre directos, del bolsillo, el dinero gastado en esa película concreta. En segundo lugar, debería haber gastos reales, documentados y con factura.» Este lío no ayudó en nada a mejorar la reputación de los Weinstein.

Había otras películas esperando en la pista de despegue, entre ellas *Pelle el conquistador*, que Harvey había comprado en Cannes

en mayo. *Pelle*, dirigida por Bille August, era una película triste y descarnada, aunque con una fotografía magnífica, ambientada en la Dinamarca del siglo xviii. Contaba la lucha de un niño sueco por liberarse de una servidumbre casi feudal en una rígida familia de terratenientes y, al mismo tiempo, por escapar de la sombra de su adorado pero irresponsable padre, excepcionalmente interpretado por Max von Sydow, el incondicional de Ingmar Bergman que había jugado una memorable partida de ajedrez en *El séptimo sello*. Sombría e intransigente, *Pelle* no era fácil de vender. A diferencia de *Working Girls*, no tenía ni un minuto de sexo, pero Harvey estaba resuelto a llevar la película a las salas de arte y ensayo. En palabras de la publicista Christina Kounelias: «Lo que querían eran sacar del gueto las películas de arte y ensayo, sacarlas de las salitas del extrarradio, donde viven los *beatniks*, y hacerlas accesibles a un público más amplio y convencional.»

En la práctica, eso significaba una vez más ponerle a la película un toque comercial. Hay una escena en la que un fantasmal bote de pesca, azotado por fuertes olas y dado por perdido, encalla en unas rocas cerca de la orilla con las velas hechas jirones. Zeidman recuerda: «Durante el tráiler Harvey se lo pasó despotricando: "¡Quiero una barca feliz! ¡Quiero una barca feliz!" Lo cual me superaba. Le dije a Ed: "¿Una barca feliz?" La película era de lo más deprimente y ellos lo que querían era que no fuese tan oscura.» Hasta cierto punto lo consiguieron. «El padre de los Weinstein era comerciante de diamantes», dice Glass. «Hay millones de diamantes en el mundo, pero una vez puesto el diamante sobre el terciopelo negro, uno dice: "¡Vaya! ¡Mirad esa piedra!" Comparadas con toda la basura comercial, sus películas parecían diamantes. Y sabían exhibirlas muy bien.»

Zeidman, que llegó en octubre de 1988, fue uno de los pocos nuevos contratados que tenía verdadera experiencia. Había dejado un importante despacho en Lorimar/Columbia y aceptado un porcentaje a modo de sueldo para trabajar para Miramax. «Desde el primer momento, Harvey creyó que podía conseguirle a Max von Sydow una nominación al Oscar», recuerda. «Se trataba de un

modesto filme escandinavo y eso era algo casi inconcebible. En esa época, yo, en el fondo, no creía. Simplemente no lo entendía.»

Pelle se estrenó el 21 de diciembre de 1988, pero sin éxito. Harvey utilizó en los anuncios una foto de una campesina con los pechos casi al aire (en la película, ese personaje sólo aparecía un nanosegundo). Una de las subdistribuidoras de Miramax intentó incluso vender *Pelle* en la línea Mason-Dixon, históricamente un cementerio para películas en lenguas extranjeras. Recuerda David Dinerstein, que terminó siendo jefe de márketing: «La vendimos como película de género –*Pelle el conquistador*, héroe de una película de acción– y como tal la metimos en algunos multicines. Era la manera de los Weinstein de llegar a esos lugares antes imposibles de conseguir; puede que no de una manera honrada pero, con todo, logrando que la película se estrenase en esas salas. Eso era Harvey en su mejor momento.»

Cuando se anunciaron las nominaciones a los Oscar de 1988, Von Sydow figuraba entre los candidatos a la estatuilla al mejor actor, y ganó, con lo cual Miramax obtuvo su primer Oscar. Zeidman comprendió que se había equivocado: «Fue una de las primeras veces en que me di cuenta de que Harvey podía hacer que ocurriesen cosas que estaban más allá de lo que entraba en el campo de las posibilidades. En muchos aspectos, creo que Harvey tiene cierto talento.» La larga marcha había comenzado.

2. LOS ARTISTAS AIRADOS
1989

• ***De cómo los Weinstein, aunque aterrorizaban a sus empleados,***
sacaron* Sexo, mentiras y cintas de vídeo *de las salas de arte y ensayo para llevarla a los multicines, mientras «the Sundance Kid» se dejaba el pellejo en su instituto y competía con Sydney Pollack por la siguiente película de Steven Soderbergh.

Bob y yo crecimos como dos desvalidos, y si las películas que hacemos tienen un tema, ese tema es el del desconocido que puede llegar a cambiar las cosas.

HARVEY WEINSTEIN

Cuando, poco después de Sundance, Miramax se lanzó al ruedo con *Sexo, mentiras y cintas de vídeo,* los Weinstein aún seguían buscando el gran éxito que los propulsara a las primeras filas de la industria. En 1988, la sucursal neoyorquina de un banco británico llamado Middle Montague había comprado, por 3,5 millones de dólares, un cuarenta y cinco por ciento de Miramax; 2,5 millones del total eran un préstamo directo a la empresa. Sobre esta base, Miramax consiguió del Chase Bank una línea de crédito de diez millones. Entonces la empresa era probablemente más conocida por el documental pionero de Errol Morris titulado *The Thin Blue Line*, que seguía en cartel. Randall Adams, el tema de la película de

Morris, una víctima de la justicia tejana, había ido a la cárcel por un asesinato que con casi toda seguridad no había cometido, y acababan de ponerlo en libertad, según afirmaba Miramax, gracias al revuelo que la prensa había armado en torno a la cuestión. *Escándalo (El caso de Christine Keeler)*, una película en la que habían depositado muchas esperanzas, figuraba en la lista de las programadas para estrenar ese año, igual que *Mi pie izquierdo*, dirigida por Jim Sheridan y protagonizada por Daniel Day-Lewis.

Los Weinstein habían pagado cuatrocientos mil dólares por el documental de Morris. Desde el punto de vista del márketing, *The Thin Blue Line* presentaba los mismos problemas que otras películas de Miramax, a saber: para llevar gente a las salas había que mantener oculta la verdadera naturaleza de la película. Si *The Secret Policeman's Other Ball* no podía venderse como «concierto» –eso se consideraba veneno para las taquillas–, *The Thin Blue Line* no podía venderse como documental. Había que evitar a toda costa la «palabra D»; la película de Morris se vendió como «largometraje *non-fiction*», al margen de lo que esto significara, haciendo hincapié en la mala administración de la justicia y en la cruzada periodística. «Un documental tiene un público limitado», dice la publicista Christina Kounelias. «Se vendió diciendo que trataba de un detective que intenta encontrar las claves de un misterio. "El detective director".»

Cuando Harvey descubrió que National Public Radio había entrevistado a Morris, empezó a odiar al director, al que le envió una carta encabezada «Querido Errol», fechada el 13 de agosto de 1988, en la que le decía: «Estuviste aburrido», y lo hacía participar en un diálogo socrático que en parte decía: «Ensayemos:

»P: ¿De qué trata esta película?

»R: Es un misterio que rastrea una injusticia. Es una película de terror, más aún que *Pesadilla en Elm Street*. Es un viaje a la Dimensión Desconocida.»

Harvey continuaba en esta vena, apuntándole a Morris el diálogo. Y concluía con: «Si sigues siendo aburrido, tendré que contratar a un actor de Nueva York para que se haga pasar por Errol Morris.»

The Thin Blue Line se estrenó el 26 de agosto de 1988 y recaudó

1,2 millones de dólares, algo insólito en aquellos días para un documental.

Mientras tanto, los amigos de los Weinstein del otro lado del Atlántico, Steve Woolley y Nik Powell, habían llegado con una ambiciosa lista de películas en las que Harvey invirtió. Dice Donna Gigliotti, que entonces trabajaba en Orion Classics e ingresó en Miramax en 1993: «En Hollywood, Harvey era un intruso, por eso miraba lo que todos los demás no miraban. Era listo.» *Escándalo* fue lo primero. La película se basaba en una historia real de «fulanas, títulos de nobleza y tetas», como expresó un bromista, que había convulsionado a Inglaterra en los años sesenta y desembocado en la renuncia de John Profumo, secretario de Estado de Defensa. Palace había puesto unas doscientas mil libras en el proyecto, y concedió a Michael CatonJones, director primerizo, un trato de *pay-or-play*.* Joanne WhalleyKilmer interpretó a la prostituta Christine Keeler, y Bridget Fonda, el papel de Mandy Rice-Davis, la mejor amiga de Keeler. La película comenzó a rodarse a finales de junio de 1988. Harvey, vestido con una camiseta negra de algodón, marca Aertex, y pantalones negros, y cargado con una bolsa de plástico llena de guiones para no perder un segundo de trabajo, viajó regularmente a Londres para controlar el rodaje. El furor causado por *El corazón del ángel*, de Alan Parker, calificada X, había impresionado a los Weinstein, y Harvey insistió en que Powell y Woolley consiguieran la misma calificación para *Escándalo*. Más de una vez le dijo a Caton-Jones al oído: «Michael, tienes que conseguir que la chica se quite la ropa.» Al mismo tiempo, le dio la lata a Woolley: «Steve, estás tomando solo todas las decisiones; soy tu productor ejecutivo, tengo que hacer algo. Quiero trabajar en la película.» Finalmente, Woolley replicó: «Muy bien. ¿Quieres tomar decisiones? Mira, este fin de semana voy a tomarme unas horas libres. ¿Por qué no me reemplazas?» Hay que tener cuidado con los deseos. Woolley sabía que se acercaba la escena en la que Whalley-Kilmer se bañaba en cueros. Tras hablar por teléfono con Val Kilmer, su marido, la actriz de repente se negó a hacerlo, alegando: «Val no quiere que lo haga.» Pero Harvey, que había anticipado esta eventualidad, había

contratado a una doble. Whalley-Kilber se quedó en el plató mientras las cámaras filmaban. Al final, cuando tuvo suficiente, la actriz se quejó: «Oye, ¡esa mujer tiene un culo enorme! No puedo permitir que lo haga», y terminó haciendo ella misma la mayor parte de la escena.

El rodaje de *Escándalo* terminó a finales del verano de 1988. La posproducción tuvo lugar en otoño. Harvey exigió otro montaje para el público norteamericano. Dice: «Soy un chico nacido en Queens. Si pude crecer como crecí, con un padre en el negocio de las joyas y una madre que trabajaba de secretaria, y si pude amar esas películas –Truffaut, Fellini, De Broca, Visconti–, ¿por qué no puede amarlas un tipo nacido en Kansas City? ¿Por qué hacerlo todo tan difícil?» Harvey nunca olvidó que había proyectado *Vivir por vivir,* de Claude Lelouch, uno de sus directores favoritos, en el Century Theater de Buffalo. Los melenudos del público abuchearon: «A la mierda; a la mierda los subtítulos.» Si quería triunfar, tenía que conseguir que las películas extranjeras fueran aceptables para el público americano. Dice Ed Glass: «Volvimos a montar *Escándalo*. Harvey dijo: "Nadie sabe quién es Profumo, nadie sabe quién es Christine Keeler. ¡Estamos hablando de norteamericanos! Hay que decírselo claramente.» Woolley y Caton-Jones pensaron que era una locura. Los *autores* sintieron que estaban tragando veneno. No querían cortar ni un solo fotograma, pero Harvey consiguió que la película fuera accesible a un público más amplio.»

En noviembre de 1988, Alison Brantley acompañó a Harvey a Londres, donde vieron *Mi pie izquierdo*, la historia de un hombre que supera la parálisis cerebral y llega a ser artista. Harvey se sentó a un lado del pasillo y Brantley en el otro. Cuando el tembloroso niño escribe «madre» en el suelo, con el pie, los dos rompieron a llorar. Dice Brantley: «Muchas de las películas que le gustaban a Harvey tenían un punto "desvalido". Le tocaban una fibra, le recordaban todas las cosas que quería demostrar.»

Harvey se moría de ganas de comprar la película, producida por Granada, la compañía en la que había trabajado Brantley. «Nunca habían oído hablar de Miramax, o nada de lo que habían oído decir era bueno», prosigue Brantley. «Yo era la persona ideal, y le dije a

los de Granada: "Deberíais ir a esta reunión. Es posible que no os gusten mucho algunas cosas de esos tíos, pero en su ramo son buenos."» Harvey sabía que tenía que montar un número, actuar como si fuera un poderoso distribuidor independiente, aunque no lo fuese, y alquiló una suite en el elegante Hotel Savoy, a la que invitó a Steve Morrison, jefe de programación de Granada. Morrison pensaba que la película se vendería sola gracias a la presencia de Daniel Day-Lewis. Harvey quería demostrar su entusiasmo por *Mi pie izquierdo* y, al mismo tiempo, convencer a Morrison de que necesitaba una buena campaña de márketing porque Day-Lewis era un actor romántico: nadie querría verlo doblado sobre sí mismo como un acordeón. Era un numerito típico de Harvey: «Voy a cerrar la puerta con llave y no vas a salir de aquí hasta que firmes.» El hecho de que Day-Lewis interpretase el papel de un minusválido y que el actor no quisiera que su película perdiera su estilo era algo a lo que Harvey tendría que enfrentarse más adelante. Morrison se dejó convencer y aceptó tres millones de dólares por los derechos mundiales.

Al regresar a Nueva York, Harvey les proyectó *Mi pie izquierdo* a sus empleados. Cuando se encendieron las luces, la mitad de los presentes lloraba, mientras que la otra mitad decía: «¿Estás loco? ¿Un irlandés lisiado y borracho? Puede que Daniel Day-Lewis sea un objeto de culto, pero está en una silla de ruedas, todo doblado. ¿Crees que va a funcionar?» Harvey sí creía que iba a funcionar, al menos después de que la «arreglara». Hablando de *Mi pie izquierdo*, dice: «Yo la había probado. Al público le encantó, aunque no entendió algunas cosas. Más que adoptar el planteamiento de Alan Parker en *Los Commitments* –no pude seguir la mitad de esa película–, lo que hice fue suavizar parte de esos ásperos acentos irlandeses. ¿Qué es una *"jarra"*, qué es esto, qué es aquello? Fui y arreglé una parte del sonido. Así, una jarra terminó siendo un vaso. ¿Acaso la intención no es comunicar? Porque si lo es, busquemos una manera de conseguirlo sin poner en peligro la integridad del sufrimiento. Nosotros no dijimos: "Muy bien, Daniel va a cantar y bailar como Fred Astaire." Nadie cambió el final ni el dolor.

Conservamos la esencia de la película, y en Kansas City estuvo treinta y dos semanas en cartel.»

Harvey peinó toda la ciudad en busca de un estudio dispuesto a compartir los costes. Recuerda ahora: «Les decía: "Me encantaría contar con su ayuda. Y me decían: "Estrenar esta película es de por sí una locura."» En esa época era imposible que una distribuidora independiente como Miramax pudiera dialogar con los estudios. «Cuando tratas con Universal o Paramount, que entonces ganaban unos cuarenta millones en un fin de semana, y les dices que tú sólo has ganado dos millones con *Pelle el conquistador* en catorce o dieciséis semanas, piensan que eres un retrasado mental», dice Jack Foley, vicepresidente de distribución a mediados de los años noventa y procedente de MGM. «Todo eso sólo demostraba el modo de pensar contumaz, obstaculizador, irresponsable e ineficaz de los grandes estudios. La actitud de un gran estudio era: "Soy más fuerte que tú, la tengo más grande."» No obstante, en Harvey encontraron a un tipo duro que no podían apartar de un empujón. Dice Weinstein: «Eso me cabreaba, y ese cabreo alimentaba aún más mi fe en la película.»

La Motion Picture Association of America (MPAA) etiquetó *Escándalo* con una X en la primavera de 1989, exigiendo un corte de dos segundos en la escena de la orgía. Una X era algo malo para el negocio porque la mayoría de los periódicos no cedían espacio publicitario a esas películas. Y tampoco los minoristas de vídeo –como la megacadena Blockbuster, orientada hacia la familia– distribuirían las cintas. Sin embargo, la junta, sin saberlo, le seguía el juego a Harvey, porque, cuando éste cediera, la polémica ya habría generado abundante publicidad, y gratis. Desde *SPOB* la estrategia de Harvey era siempre la misma: entrar como X, hacer todo el ruido posible y salir con una R (menores acompañados). En este caso, puso una toma descartada en la que, según Woolley, se veía a «Christine mirando embobada a un negro desnudo en lugar de un poquito de sexo sin quitarse la ropa».

Ese año ninguno de los hermanos se había tomado la molestia de aparecer por Park City. ¿Mormones? ¿Esquiar? No era lo suyo. No obstante, después del festival, Miramax se abalanzó sobre *Sexo,*

mentiras y cintas de vídeo y, también sobre *Amor a quemarropa*. Los hermanos proyectaron la película de Soderbergh en el cine Magno de Nueva York, en la esquina de la calle Cuarenta y nueve con la Séptima Avenida. Les encantó. Si algo podían entender, era la duplicidad.

En aquellos días Miramax era lo bastante pequeña para disfrutar de libertad dentro de la jerarquía que caracteriza a la mayoría de las compañías. Primero estaban los hermanos; después, todos los demás. Cada empleado, no importa cuál fuese su título –vicepresidente de esto o aquello– era esencialmente un asistente, y no era raro verlo ensobrando cartas, atendiendo el teléfono o tomando notas en una reunión. Los títulos eran meramente una golosina para el ego, el sustituto de un sueldo decente. Los Weinstein también solían abandonar a sus niños en la parte más honda de la piscina; dejaban que nadaran o se ahogasen. Los asistentes más modestos, o incluso los asistentes en prácticas, podían ser invitados a las proyecciones, donde se sondeaban sus reacciones respecto de alguna película que los hermanos pensaban comprar. Para unos era adulación y diversión; para otros, una experiencia terrible, pues el proceso adquiría a veces la forma de un interrogatorio policial. No bastaba con decirles a todo que sí, porque si uno se limitaba a decir: «Sí, Harvey, sí, Bob», los hermanos pensaban que uno era estúpido o que no podían confiar en él; en ambos casos, no querían verlo por sus despachos. Si sospechaban que alguien tenía miedo de decir algo, apretaban y apretaban hasta que cantaba. Luego, si no estaba de acuerdo con ellos, lo hacían sentir un imbécil. Uno o los dos siempre decía: «Ésa es una respuesta estúpida. Yo puedo contestar mejor, puedo hacer tu trabajo y el mío.» Aunque se preciaban de decir siempre la verdad, los hermanos eran asombrosamente susceptibles. En palabras de Mark Tusk, ex ejecutivo de compras: «Era más fácil decir "Sí, Harvey, es una gran idea" que decir "No". Por lo tanto, la gente que trabajaba con él siempre terminaba diciendo que sí.»

Cuando se encendían las luces, Harvey preguntaba: «Bien, ¿qué pensáis?» Silencio absoluto. Algún valiente decía: «Me ha gustado

mucho.» Y Harvey apretaba: «¿Qué es lo que te ha gustado? ¿Qué exactamente?»

«Pues me ha gustado...»

«Puntualiza, dime qué te ha gustado.»

«Me ha gustado el final.»

«¿Qué te ha gustado del final? ¿Te ha gustado todo el final?» Etcétera, etcétera.

A Bob en particular le preocupaba *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*. Cuando le llegó el turno de preguntar «¿Qué pensáis?», varios empleados metieron cuchara con opiniones sobre las posibles reacciones de la crítica. Bob los interrumpió y dijo: «No quiero que me digáis lo que acabo de ver, quiero saber cuánto recaudará. ¿Qué os parece el título? ¿Creéis que debemos dejarlo tal cual?» Alguien puso reparos, y Bob exclamó: «¿Estás loco? Es el mejor título que he visto en la vida. Ese título se ocupará él solito de vender la película.» Desde el punto de vista del márketing, el mero hecho de que contuviera la palabra «sexo» valía oro. Prosigue Tusk: «En ese momento, conseguir la película significaba acelerar a fondo. Abarcar todos los ángulos, ser lo más agresivo posible.»

Tanto Harvey como Bob eran magníficos negociadores. Tenían un instinto certero que les decía por qué cosas luchar y cómo conseguirlas. A Harvey se le daba especialmente bien cerrar los tratos, armar unas circunstancias favorables para él, cerciorarse de que disponía de toda la información relativa a quién tomaba las decisiones clave y por qué, averiguar quiénes estaban en su contra y cómo neutralizarlos. Como ha dicho David Linde, que se encargó de las compras y las ventas internacionales a mediados de los años noventa: «En esta industria la gente dice cualquier mierda; por eso uno quiere estar ahí, estar presente en el proceso. Si Miramax estaba negociando algo y uno de los productores se encontraba en Los Ángeles, entonces se mandaba a alguien allí, a que se sentara delante de él, a que se asegurase de que no estaban negociando con nadie más. Conseguías el número de teléfono particular y llamabas y llamabas hasta que conseguías la película. Si los hermanos perdían una película, se cabreaban mucho, y a veces, se ponían injuriosos.»

Larry Estes estaba impresionado con Harvey. Recuerda: «Todos los que nos llamaban decían: "Vimos la película. Nos parece estupenda, pero tenemos que enseñársela a los nuestros." Harvey llamaba desde Nueva York y decía: "¿Podemos reunirnos mañana?" Y al día siguiente estaba en Los Ángeles.» Como los demás compradores, Harvey y su comitiva peregrinaban a la sala de reuniones de RCA/Columbia. En esas ocasiones se portaba muy bien, era cortés, y hasta se ponía traje, aunque era obvio que le irritaba la prohibición de fumar. «Harvey ya tenía listos tres carteles y algunos anuncios, montados sobre tablas», recuerda Estes. «Ya había hecho el trabajo de márketing. Iban bien cargados.» Harvey les dijo a Estes y al productor Bobby Newmyer: «No pienso volver a Nueva York hasta que consiga esta película», y prometió superar en cien mil dólares todas las ofertas. Dice Newmyer: «En aquellos días, Miramax estaba en el cuarto o quinto puesto de las distribuidoras. Teníamos la sensación de que eran los más ávidos.»

Todos los demás compradores hablaban mal de Miramax y ya no tenían insultos para referirse a Harvey y a Bob; daban a entender que Miramax estaría fuera de juego a finales de ese año. Nancy Tenenbaum recuerda que Estes y Newmyer «parecían un poco nerviosos, por su reputación. Yo lancé esta idea: "¿Y si pusiéramos allí a alguien que nos represente?"» Tenenbaum pensaba en Ira Deutchman. Harvey y Deutchman eran radicalmente distintos. Deutchman era acartonado, y conservador en temas fiscales, un hombre de rígidos principios. No gastaba un centavo a menos que supiera que iba a recuperarlo. Dice: «Había una paranoia con Miramax. Tenían fama de volver a montar las películas y de creer que sabían mejor que nadie cuál debía ser la forma final de una película. A los directores esa grosería los ahuyentaba, esa manera inadecuada de promover sus obras, de hacer que la gente creyese que una película era lo que no era. Soderbergh se sintió particularmente afectado con *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, a causa del título. Mi trabajo consistía en cerciorarme de que Harvey no se deshiciera de la película o, en caso de que lo hiciera, cerciorarme de que no se pasara de la raya.»

Newmyer y su abogada, Linda Lichter, decidieron tragarse el farol

de Harvey, si era un farol, para ver hasta qué punto quería conseguir la película. Confeccionaron una lista con siete exigencias. Recuerda Estes: «Era una de esas situaciones de ensueño: "Muy bien, ¿qué queremos? Queremos un anticipo de un millón." Harvey dijo: "De acuerdo." "Queremos un millón para copias y publicidad." "Ningún problema." "Queremos que contrates a Ira como consultor de márketing; tendrás que pagarle." "De acuerdo." Fuimos leyéndole la lista y al final, mientras seguía diciendo a todo que sí, estuvo a punto de preguntar: "Entonces, ¿cerramos el trato?" Y yo dije: "Tengo que consultar con el jefe pero... ¡trato hecho!"»

Con todo, la banda de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* ahogó a Miramax con sus condiciones. Dice Tenenbaum: «Estes insistió en que Miramax pagase el anticipo cuanto antes y en que el dinero se ingresara en la cuenta de un tercero, bajo custodia, para cerciorarnos de que lo recibiríamos. Les dijimos también que tenían que aceptar la película como estaba, sin ningún montaje adicional.» Miramax aceptó las condiciones. Estes estaba encantado: «En esa época era algo inaudito: un millón de dólares sólo para exhibición en cines y televisión por una película para la que no podías tener los derechos de vídeo, más un millón de dólares para copias y publicidad; es decir, un trato de dos millones sólo para exhibición en salas de cine. Ninguna de las compañías independientes con las que hablamos fue lo bastante agresiva para decir: "Díganme qué quieren, yo quiero cerrar este trato." Todas los demás se limitaron al bla, bla, bla; además, me sentí muy tranquilo cuando supe que Ira iba a tratar con ellos.» Los Weinstein calculaban que la película de Soderbergh recaudaría entre cinco y diez millones de dólares. El director no sabía qué decir. «Todo el asunto me inquietaba», recuerda Soderbergh. «Pensaban que a esos tipos les faltaba un tornillo. La gente decía: "¡Por Dios! ¿Qué se me ha perdido aquí? ¿Cuál es la trampa?" Supongo que la trampa estaba en que ellos sí vieron una manera de hacerlo.» Dice Mark Lipsky: «Es posible que pagaran demasiado, pero tuvieron que hacerlo porque nadie quería darles una película. Opinaban que los Weinstein eran muy generosos, que les daban grandes anticipos a los directores, dinero

que se embolsaban, además, que los hermanos estaban dejando fuera de juego a la competencia, consiguiendo lo que querían.»

Los demás interesados se quedaron de una pieza. Recuerda Janet Grillo, de New Line: «Cuando supe que Harvey ofrecía un millón, pensé: Es ridículo, no puede ser cierto. Cuando nos enteramos de que sí era cierto, caí en estado de shock y pensé: Pues muy bien, que el muy idiota pierda dinero. O acaba de destruir su empresa o sabe algo que nosotros no sabemos.»

Por supuesto, Miramax sí sabía algo que no sabían ni New Line ni nadie. «Harvey fue muy audaz, lo cambió todo», prosigue Grillo. «Todos sabíamos qué películas saldrían al mercado y hacíamos cola muy educadamente; invitábamos a comer a los representantes de los productores, íbamos con todos los demás a las proyecciones, tomábamos café a la salida... hasta que llegó Harvey. No tenía modales.» Harvey no estaba dispuesto a sentarse en la última fila de la clase y a levantar educadamente la mano hasta que le permitieran hablar. Añade Tony Safford: «Hasta ese momento, las compañías tendían a cruzarse de brazos y esperar hasta ver qué aparecía en el fax. Pero esa forma tan agresiva de buscar, conseguir y negociar cambió la industria.» Un día, durante un pase en el Festival de Cine de Toronto, Margie Skouras tuvo que sentarse en el suelo porque no había una sola butaca libre. Recuerda ahora: «Miré a mi alrededor y vi que a mi lado estaba nada menos que Harvey. ¡En el suelo! Tom Skouras nunca se sentaría en el suelo. Y tampoco Sam Goldwyn. ¡Ni siquiera hacían la cola! Ésa fue la primera vez que me di cuenta de que competir con Harvey y Bob iba a ser difícil.»

Escándalo se estrenó el 28 de abril de 1989. Como de costumbre, Dan Talbot insistió en tener la exclusiva en toda la ciudad para su Lincoln Plaza, en el Upper West Side, el noroeste de Nueva York, hasta que pasaran un par de semanas. Pero *Escándalo* tenía tanto gancho que permitió que Marty Zeidman rompiera el monopolio de Talbot y la película se proyectara en tres cines de Manhattan (sitos

en el Upper West Side, en el East Side y en Greenwich Village), triplicando las recaudaciones. «Con *Escándalo* aprendí que con esas películas se podía empezar a estrenar en salas comerciales caras», y no sólo en salas de arte y ensayo. «Cuando me incorporé, las fechas de todas las películas con las que estaba trabajando entraban en una pizarra. Ésa era la cantidad de películas que tenían, y a nivel nacional movían [no más de] diez o quince copias de cada una. Es probable que llegáramos a unos cientos de proyecciones de *Escándalo*. Parece poco, comparado con lo que ocurre hoy, pero tampoco había la cantidad de salas que hay ahora.» Como resultado de la agresividad de Zeidman, *Escándalo* recaudó 8,8 millones de dólares en los Estados Unidos.

Con *Escándalo* en marcha, Zeidman cerró un nuevo trato que le permitía abrir una oficina de Miramax en Los Ángeles. Se convirtió en la envidia de todos los que trabajaban en la oficina de Nueva York. En palabras de Mark Lipsky: «Nadie quería estar en el mismo estado, y mucho menos en el mismo edificio con Harvey y Bob. Zeidman fue el primero en poner un continente de por medio entre él y los hermanos.»

Miramax se había echado atrás al llegar al borde. El apartamento de la calle Cincuenta y seis estaba a reventar, y a finales de los ochenta se mudaron al 18 Este de la calle Cuarenta y ocho, entre Madison y la Quinta Avenida, un edificio frío, húmedo y oscuro, a mitad de calle. Al salir del ascensor en el piso dieciséis, la oficina quedaba justo a la derecha; ocupaba media planta, pero ya estaba llena de trastos, incluso mientras duró la mudanza. Era un laberinto formado por minúsculos espacios, con fríos tubos fluorescentes, techos bajos, muy pocas ventanas y unas paredes tan llenas de marcas y de arañazos, que daban la impresión de haber recibido unas cuantas ráfagas de perdigones. El lugar era sólo un poco más espacioso que el entresuelo que ocupa John Cusack en *Cómo ser John Malkovich*. La alfombra, combada por los años, hacía tropezar a la gente cuando enfilaba por un pasillo de unos nueve metros de largo y tres y medio de ancho, obstruido con escritorios que hacían que Deutchman se preguntase cómo diablos se las arreglaba Harvey para llegar con su enorme osamenta hasta el despacho, que

quedaba en la otra punta. La zona de Harvey y Bob estaba cubierta de fotogramas de rodajes y carteles de *The Burning* (con guión de Harvey) y *Playing for Keeps* (escrita y dirigida por Bob y Harvey). En esos días, Ed Glass iba a un dentista que tenía la consulta en el mismo edificio. «Cuando entraba, era mi dentista o Harvey y Bob», recuerda. «No sé cuál de los dos dolía más. Los Weinstein eran demasiado. Tratar con ellos se parecía a que te atropellase un camión de diez toneladas que seguía avanzando y te pasaba por encima.»

Una vez, se estropearon los ascensores y Harvey tuvo que subir la escalera a pie. Dice un empleado: «Llegó resoplando y jadeando con tal fuerza, que pensamos que iba a morirse ahí mismo.» La personalidad de Harvey –tipo A (sumamente competitivo, adicto al trabajo), insomne, fumador compulsivo y con una dieta de los mil demonios–, junto con los kilos que arrastraba, lo convertían en un candidato al infarto. De vez en cuando, Miriam, la madre menuda y delicada de los Weinstein, iba a la oficina a llevarles unos pastelitos llamados *rugulah*. Dice Lipsky: «Bob la atacaba verbalmente. La hacían esperar, una hora entera a veces, y luego no la recibían o, si lo hacían, no le concedían mucho tiempo: "Se te ha acabado el tiempo." Como si le dijeran que lo único que querían era los pasteles.»

Miriam era tan dulce «que era inconcebible que esos dos tipos hubiesen salido de ella, que ella los hubiera criado», señala un antiguo empleado. La relación de los hermanos con ella y con el padre era complicada. Según Alan Brewer, un amigo de la infancia, Miriam era «una madre judía muy exigente, agresiva y prepotente». Cuando los hermanos eran niños, tenía la costumbre de hacer odiosas comparaciones entre sus hijos y los chicos del barrio; por ejemplo: «¿Cómo es que David ha sacado una A y tú no?», o: «¿No has tenido tiempo de hacer los deberes? ¿Y cómo es que Mikey sí los ha hecho?» Harvey solía llamarla «Mama Portnoy». Los hermanos crecieron en una urbanización llamada Elechester, edificada por el sindicato de electricistas, junto a Queens College. Brewer, que conoció a Harvey en 1964 en el Instituto Campbell Junior, 218 de Kew Gardens, opina que los despiadados ataques de Miriam fueron

el aguijón que terminó provocando la competitividad de Harvey. Con tono algo jocoso, Brewer comentó, refiriéndose a los Oscar a la mejor película de DreamWorks a finales de los noventa: «Podía haberla llamando por teléfono y decir: "¿Qué tiene esa gente de DreamWorks que no tengáis vosotros? ¿La madre de Stevie Spielberg educó a sus hijos mejor que yo? Podríais conseguirlo si os esforzarais un poco más." Eso lo motivaba, lo desafiaba a demostrar que era el mejor, que era el rey.»

Max, el padre, era un cortador de diamantes que trabajaba en el barrio de los diamantes de Manhattan. Pero, para los amigos de los niños, era Miriam la que llevaba los pantalones en casa; ladraba sus órdenes e intimidaba al marido. Cuando los chicos se quedaban a solas con el padre, era: «Ay, tu madre... No te preocupes por eso.» Sentían cierto desdén por la madre, y, según Brewer, en lo profundo, los chicos consideraban a Max el más tranquilo. Él reconocía que había cometido errores, y recurría a la saga de sus decepciones para motivarlos. Una vez más, según Brewer, la lección que los chicos aprendieron del padre fue: «No metáis la pata como lo hice yo. No dejéis que nadie os diga que sois incapaces de hacer algo, no dejéis que nadie se interponga en vuestro camino, y si alguien lo hace, mandadlo a la mierda», unas palabras que, al parecer, los chicos se tomaron muy en serio.

Max sirvió en la Segunda Guerra Mundial, destinado a El Cairo, y cuando terminaron las hostilidades, se quedó en la zona y colaboró con el movimiento sionista clandestino en Palestina. De pequeño, Harvey devoraba las novelas de Leon Uris. El Holocausto estereotipó a los judíos como víctimas, transportados en trenes para ganado sin que nadie rechistara. Esto lo mortificaba. Los judíos con los que se identificaba eran los que habían echado a los británicos de Palestina, rechazado a un ejército árabe más numeroso y fundado el Estado de Israel. Una vez dijo al *New York Times*: «En lugar de crecer para ser profesor, abogado o médico, se puede crecer para ser soldado, para luchar por tu pueblo. Se puede ser duro. Y también se puede ser John Wayne.» Asimismo, admiraba la película *Éxodo*, inspirada en la novela homónima de Uris, y dirigida por Dalton Trumbo, en la lista negra. «El gran tema de Trumbo fue el poder de unos pocos contra

los realmente poderosos», comentó. «Es el tema de mi vida: es posible vencer a los poderosos, se puede ir en contra de los grandes y ganar.» De adulto, le gustaba decir: «No soy la clase de judío que entra muy educadamente en la cámara de gas. Yo soy de los judíos que dicen: "Voy a dar contigo y voy a matarte, jodido SS; voy a matarte a ti y a toda tu familia."» Probablemente los mejores comentarios sobre los Weinstein, metafóricamente hablando, sean *Hulk*, de Ang Lee, y *Tough Jews*, la lírica oda de Rich Cohen a los gángsteres judíos de Nueva York. Más Meyer Lansky* que Woody Allen, si los Weinstein hubieran nacido setenta y cinco años antes, podrían haber abierto casas de apuestas en Hester Street y contrabandeado whisky, o se habrían sentado a una mesa de juego de Louis Lepke, el jefe de Murder Incorporated.

El éxito de *Escándalo* y las últimas pullas poco contribuyeron a mejorar el ánimo de los hermanos. Los dos tenían un temperamento volcánico. Eran maestros en el arte de los malos tratos, insuperables en el exótico arte de la humillación pública, en azotar a los empleados delante de sus compañeros. Dice Stuart Burkin, que comenzó a trabajar en posproducción en 1991: «Miramax se asentaba en el miedo. Los Weinstein intimidan a la gente, gritan sin parar, echan espuma por la boca.» Y Amy Hart, coordinadora de márketing de Miramax durante tres años: «Todo lo que cualquiera diga sobre los Weinstein es cierto. Son dos monstruos.»

La *finesse* nunca formó parte del arsenal de Harvey. Véase su historial: arrancaba los teléfonos de las paredes y los tiraba al suelo; cerraba siempre de un portazo y volcaba las mesas; todo lo que se encontraba a su alcance podía convertirse en un arma arrojadiza: ceniceros, libros, cintas, las fotografías familiares enmarcadas que tenía en el escritorio y que Harvey lanzaba a la cabeza de algún desafortunado ejecutivo para contemplar luego cómo se estrellaban contra la pared, se hacían añicos y despedían metralla de cristal, porque, en realidad, rara vez, por no decir ninguna, daban en el blanco. Era puro teatro: teatro de la crueldad. Entre el personal la broma era: ponte en el camino para que te hagan a un lado y te paguen para que te vayas. Recuerda Hart: «Yo me he sentado fuera

de esa sala de reuniones y he visto temblar esas paredes de cristal cuando Harvey blasfemaba.» Los empleados de vez en cuando lo reconvenían: «¿Cómo puedes tratar así a la gente? Conseguirías más cosas si la trataras bien, aunque no te guste.» Harvey suspiraba y decía: «Sí, lo sé, lo sé, pero no puedo evitarlo. Lo intento, pero es inútil. Tengo muy mal genio.»

Si alguien les caía bien, la vida en Miramax tenía su lado familiar. David Dinerstein vivía en el Upper West Side, en la Ciento Uno con Amsterdam. Allí había una pista de baloncesto, enfrente de las viviendas de protección oficial. Pese a ser un judío bajito, Bob era muy buen jugador; de vez en cuando los hermanos se hacían llevar en coche al norte de la ciudad para un partido improvisado contra los chicos negros del barrio. Harvey prefería el *softball*,* pero como atleta no se lo podía comparar con su hermano; él simplemente disfrutaba un rato, luego se hacía reemplazar por un suplente y se llevaba al *softball* al bateador titular. Bob capitaneaba un equipo; Harvey, el otro. Entre ellos competían como fieras. Una vez, Bob le ofreció cien dólares a una empleada que jugaba de bateador si llegaba a la primera base. La chica llegó y Bob pagó. Otro día despidió a un empleado porque se le cayó la pelota –el pobre desgraciado estuvo a punto de echarse a llorar–, y volvió a contratarlo media entrada más tarde.

Con todo, eso no era un picnic, ni siquiera para los pocos favorecidos. «En Miramax la cultura era temible», señala Mark Urman, publicista que de manera intermitente trabajó durante años para Miramax y que ahora es jefe de distribución para Estados Unidos en Think Film: «Todo eran agresiones. Nada estaba nunca lo bastante bien, nada era nunca suficiente.» A los Weinstein les gustaba Myrna Chagnard, que trabajó cinco años en un pequeño despacho de Los Ángeles. Era una mujer dura que no se dejaba maltratar, pero al final, también explotó. «Tuve una crisis nerviosa», recuerda Chagnard. «Ya no podía soportar el estrés, no podía oír a Bob decirme: "¡Estás despedida!" Cogí mis cosas y bajé a buscar el coche; luego volvió a llamarme. Empecé a perder peso, estaba de mal humor, deprimida; el ambiente casi me destrozó. Obtuve una

baja por enfermedad contraída en el trabajo y me mantuve alejada tres o cuatro meses. Era un caso perdido.» Y recuerda Eleanor Reznikoff, que en esos días era publicista en el despacho de Los Ángeles: «Trabajar allí se parecía a pisar brasas. Todos tenían historias terribles que contar, todos vivían muertos de miedo. Mi primera experiencia con Harvey la tuve un día en que él salía a toda prisa para un estreno. Normalmente llegaba el mismo día de la proyección, llamaba desde el avión y decía: "Cuando mi avión aterrice, te despediré si no tengo en la mano veinticinco entradas."»

Si alguien no les caía bien, la vida en el búnker de los Weinstein podía ser un infierno. Alto y fornido, Jeff Rose parecía sacado del banco genético de los Weinstein; durante un tiempo fue uno de los mimados, otro «tercer hermano», y llegó a acompañar a Harvey cuando fue a visitar a su abuela moribunda. (Rose esperó en el coche.) «Al final, ahí no había nada de ese rollo del tercer hermano», dice ahora, y añade: «Una vez, en Cannes, en la suite de Harvey, tuvimos una reunión de personal a las siete y media de la mañana; creo que Harvey apareció envuelto en la toalla y dijo algo acerca de un trato. Yo dije que no estaba de acuerdo, y él, en lugar de decir que lo haríamos a su manera porque era el jefe y punto, agarró una mesa que estaba preparada para el desayuno y me la tiró encima.» A partir de ese momento, Rose ya no levantó cabeza. En los seis meses siguientes, adelgazó, y se lo veía demacrado, hasta que al parecer tuvo algo que podría calificarse de crisis nerviosa. Rose se niega a hacer comentarios; sólo dice: «Me llevó al límite, y me marché.»

Había personas sencillamente demasiado buenas para trabajar allí, y los Weinstein las torturaban. Como Harvey, Mark Silberman también tenía la complexión de un oso, pero, a diferencia del jefe, era un trozo de pan. El despacho de la calle Cuarenta y ocho estaba tan cerca de la Quinta Avenida que el día de San Patricio, en marzo de 1988, parecía que los manifestantes habían decidido desfilar justo delante de la oficina. De repente, se oyó un gran alboroto; tal era el ruido que los empleados supusieron que eran unos juerguistas borrachos que pasaban por la calle. Recuerda Lipsky: «Se oían gritos de miedo, alguien que gritaba: "¡Llamen a la policía!"; unos minutos

después, Mark entró en mi despacho con un aspecto que tenía algo de sobrenatural. Nunca había visto nada igual y nunca volví a verlo.» Se había producido un incidente. Poco después, y sin explicación alguna, Silberman se marchó. Es posible que no sea casual que a finales de los años noventa el motor de la empresa fuera la serie de *Scream*, con su premisa argumental –las víctimas mortalmente arponeadas, una a una–, una metáfora cada vez más apta para describir la vida en Miramax.

Los empleados discutían sobre cuál de los dos jefes era peor, si Bob o Harvey. Dice Paul Webster, jefe de producción a mediados de los años ochenta: «Para mí, Bob es el que da miedo. Lleva mucha furia dentro, mucha rabia.» Brantley coincide. «Bob me daba mucho más miedo», dice. «Los primeros tres meses ni siquiera entré en su despacho. Ahí la atmósfera era siniestra.» Y añade alguien que conoció bien a los hermanos en aquellos días: «Si bien se podía considerar que Harvey era el suave, Bob era el misterioso. Nunca he caminado por el corredor de la muerte, pero algo parecido a eso era lo que sentía cuando estaba cerca de Bob. Espeluznante.» Se dice que, años más tarde, Tina Brown dijo bromeando: «Bob es el único que no ha sido adiestrado.»

Sin embargo, a otros era Bob el que les caía mejor. En opinión de Eamonn Bowles, ex ejecutivo de márketing: «Nadie quiere encontrarse con Bob cuando tiene un mal día. Pero es mucho más persona que Harvey. Bob perdía el control, se cabreaba, pero normalmente tenía un motivo.» Y añade Dennis Rice, ex jefe de márketing: «Cuando algo se revolvía dentro de Bob, era por asuntos de trabajo. No era nada personal. Simplemente no le gusta que lo puteen.»

Para otros, era Harvey el que les revolvía el estómago, el que les provocaba la inesperada excursión al lavabo. De una manera u otra les hacía saber que, cuando perdía el control, era capaz de cualquier cosa. Dice Brantley que cuando Harvey se enfadaba, «parecía como si se hinchara, como si la presión barométrica hubiese cambiado; creías que iba a explotar. Y a veces explotaba. Se le ponía la cara roja, literalmente, y como de piedra. No era que fuese a tirar sillas, más bien pensabas que iba a por ti, a estrangularte.»

Prosigue Bowles: «Soy realmente susceptible cuando la gente intenta adularme, y Harvey puede ser la persona más encantadora que hayas conocido en la vida. Si pasaba con él tres cuartos de hora, pensaba: Vaya, qué tío más estupendo. Pero dos minutos después era la persona más temible que hubiera conocido jamás. Da más miedo que el diablo.» Y Lipsky: «Cuando Harvey [arremete contra alguien], quiere hacerle daño. Tiene momentos en que realmente pierde el control; se mete tanto en lo que sea que está haciendo, que no piensa como una persona cuerda. No hay una sola mujer en esos despachos a la que no haya hecho llorar. Por cualquier cosa, hasta por un diseño de márketing. Una vez lo vi increíblemente desconcertado y tan molesto, estaba gritándole a una mujer, reprendiéndola más allá de lo creíble, pero la llamaba por un nombre de hombre. Ni siquiera sabía a quién estaba hablándole. Con Harvey es raro, porque no quiere ser el *padrone*, un viejo magnate de Hollywood. Pero cuando te ataca, lo hace con malevolencia. Y es personal.»

A algunos empleados de Miramax, la cólera de Harvey les parecía más calculada que espontánea. Prosigue Bowles: «Es evidente que tiene mal genio, pero sinceramente pienso que hay casos en que es puro montaje; acorrala a alguien en un despacho y lo castiga verbalmente. Siempre trata de descubrir qué es lo que más fastidia a alguien. O qué le motiva. Va probando ámbitos para ver si uno se pica, y luego utiliza lo que averigua.» Safford, que trabajó para Miramax a mediados de los noventa, coincide con Bowles y añade: «Sus emociones están perfectamente calculadas. Yo diría que no hay que dejarse desanimar por su ira, es sólo una estrategia. Pero tampoco hay que dejarse engañar por sus cumplidos, porque también son una estrategia.» ¿Es Harvey un tipo amable que no sabe controlarse? «No creo que sea un tipo amable», añade Safford. «Creo que es un mal bicho que no sabe controlarse.»

Los Weinstein aprovechaban su inestabilidad, la convertían en el numerito del poli malo y el poli bueno que utilizaban para mantener a sus subordinados atemorizados y temblando. «Volvían locos a todos», dice Lipsky. «Desde que los conocí, su *modus operandi* consistía en pisotearte; luego te ayudaban a levantarte. Primero

pasaban de ti y después se disculpaban.» Se podría producir una película modesta con el dinero que Miramax debió de gastar en flores para disculparse por algo que Harvey no quiso hacer. Como dice Rice: «Algunos días Harvey te maltrataba verbalmente; otros días te acariciaba verbalmente y regalaba chucherías, una especie de bonificación para reparar el daño. Resultado: te tenía atrapado. Para mí era la analogía del gato y el ratón. El ratón piensa que está escapando, pero enseguida el gato le da un zarpazo en la cola y lo detiene.» Dice una fuente: «Uno de los Weinstein tiraba cosas, te echaba a patadas del despacho, te despedía. Luego el otro te decía que volvieses y te decía: "Oh, ¿eso ha hecho mi hermano?", como si quisiera echarte una mano. "Mi hermano no quería hacer eso. Vuelve." No había ganador.»

Algunos empleados pensaban que contraatacar era una buena táctica. Lipsky recuerda haber provocado la ira de Bob con una «horrible» película australiana llamada *The Quest* (1986), con Henry Thomas: «Les había prometido [a los productores] que compraríamos diez mil dólares de espacio televisivo porque era la única manera de conseguir la película. Dos días antes del estreno, Bob vino a verme a mi despacho y dijo: "Fuera la televisión." Le torturaba la idea de gastar ese dinero cuando sabía que la película recaudaría menos que nada. Y le dije: "No. Ya me he comprometido y ahora vamos a hacerlo." Bob se me plantó delante, muy duro, y juro que extendió la mano hacia una caja de lápices que había en el escritorio y empezó a sacar lápices y a romperlos. Yo me puse a reír y le dije: "Pero, Bob, ¿qué haces?" Salió del despacho y nunca volvió a tocar el tema. Pero no gastaron los diez mil dólares.»

Sin embargo, mantenerse firme o devolver el golpe podía a menudo empeorar las cosas, provocando a los hermanos a soltar la rabia. «Vacilas a la hora de hacer ondear una bandera roja delante de Harvey, simplemente porque se pondrá de los nervios y hará las cosas irracionalmente para lastimarte», dice Safford. Y añade Bowles: «Si entrabas con ellos en un terreno emocional, estabas condenado a perder, estabas muerto. Ellos siempre tenían más combatividad que cualquiera.»

Los blancos, anglosajones y protestantes pensaban que los judíos

lo tenían más fácil. Los judíos pensaban lo contrario. Dice John Schmidt, director financiero a principios de los años noventa: «En los malos tratos sí que aplicaban la no discriminación. Si querían machacar a alguien, no importaba nada ni la raza ni la religión ni el origen étnico ni el color.» Sin embargo, casi todos coinciden en que los Weinstein eran más duros con los empleados de sexo masculino. «Siempre me dieron más pena los hombres, porque, aunque no se tratase de un problema concreto, con los hombres Harvey se ponía como un perro que está a punto de morder», recuerda Brantley. «Siempre estaba poniéndolos a prueba. Lo único que quería era hacerles saber que el duro era él.» Hasta cierto punto, Harvey y Bob mimaban a los empleados con competencia en ámbitos desconocidos para ellos. Si, por el contrario, uno tenía la mala suerte de trabajar en márketing, el ámbito que Harvey consideraba su fuerte, estaba condenado a que lo microgestionasen, a que le cuestionaran todo lo que hacía y lo acribillaran con críticas. Lo peor de todo era que uno gastaba el dinero de ellos, y si eras un hombre dedicado al márketing, estabas en la zona cero y ya podías ir haciendo las maletas. Una vez, enfadado por un anuncio mal puesto en el *New York Times*, Harvey le gritó a Dinerstein: «¡Voy a tirarte por esa ventana, mamón, ahora mismo!»

Con todo, trabajar en Miramax era emocionante.

Dice Rice, haciéndose eco de un sentimiento tan a menudo expresado por antiguos empleados que parece un consenso: «La gente detesta trabajar allí, pero ama lo que Miramax representa, ama la magia que los Weinstein han creado en el mundo del cine independiente. Es una sensación muy embriagadora y adictiva, por eso siempre se encontraba una manera de hacer la vista gorda, de pasar por alto lo que hacían y de olvidarse de los que caían en el camino.» Añade Fowley: «Tenían una energía nuclear, y atómicas eran también las broncas, pero no había nada comparable a estar ahí, con ellos.»

La crisis de gestión que afectó a Sundance a lo largo de los años ochenta fue bastante grave, pero había problemas incluso más serios. Durante esa década, Redford se había sentido insatisfecho con la calidad de los proyectos que llegaban a los talleres. Dice Sterling Van Wagenen: «Bob no paraba de criticar el proceso de selección. Pensaba que las películas americanas eran cada vez peores, sobre todo comparadas con las que se hacían en Australia y Alemania.» La promesa de producción podía ser, primero, una manera de atraer mejores proyectos y, segundo, de empujarlos suavemente en una dirección más comercial. Sin embargo, Redford temía que la producción corrompiera el proceso de Sundance, que lo convirtiera en un nido de víboras, de competencia y de murmuraciones. Además, la producción es cara. El instituto tenía que recaudar más dinero o implicarse en dudosas alianzas con los estudios, o ambas cosas. Prosigue Van Wagenen: «Bob decía: "No os metáis." Para él, liarse con los estudios equivalía a hacer un pacto con el diablo.» Al final, Redford cambió de opinión. Recuerda ahora: «Oía que los directores decían: "Necesito dinero." Y pensé: Puede que si por un momento hacemos más hincapié en el aspecto comercial, si les damos algún incentivo para que hagan sus películas, podremos ir y triturarlos y hacer que todo sea más comercial.»

Sin embargo, como no tardó en hacerse patente, había un gran problema, a saber: los propios directores idealistas, para los que «comercial» era una mala palabra. El Production Assistance Fund era un accidente que estaba esperando el momento de producirse, y se produjo en 1984. *Flor del desierto* era la historia, ambientada en Las Vegas, de una chica que se acerca a la mayoría de edad, con los ensayos nucleares de los años cincuenta como telón de fondo. Fue uno de los mejores filmes que salió de Sundance en esos años, y aunque cayó en el olvido tras una breve temporada en 1986, eran muchos los que creían que Jon Voight se merecía una nominación al Oscar por su papel de padre maltratador. El guión lo escribieron Eugene Corr, elegido para dirigir la película, y Linda Remy, en cuya vida se basaba libremente la historia. (La actriz estaba liada con Corr.)

Remy y Corr fueron al taller de junio de 1983. «Al comienzo,

Sundance era maravilloso», recuerda Remy. «Nos abrieron las puertas. Conversamos con los mejores directores de fotografía, con decoradores, con diseñadores de vestuario. Fuimos "el sabor de la semana".» Sundance ayudó a hacer realidad el proyecto en TriStar, pero las cosas no tardaron mucho en ponerse feas. En palabras de Safford: «Llevar adosado el nombre de Redford garantizaba la financiación, pero después Robert se entrometía de principio a fin.» Y prosigue Remy: «Podíamos entrevistar a quien se nos antojara siempre y cuando aceptáramos sus opciones. [Si no lo hacíamos], retiraban el apoyo. Sterling dijo: "Confiad en mí." Y yo le dije: "Pero estás pidiéndonos que saltemos de un acantilado." Y él dijo: "Sí, pero yo estaré ahí con vosotros." Al final, sólo saltamos Gene y yo.»

Para entonces, *Flor del desierto* había pasado a (Johnny) Carson Pictures y el rodaje degeneró en una sonora batalla entre Corr y Remy, por un lado, y Sundance y Richard Fischoff –presidente de Carson–, por otro: peleas por los lugares de rodaje, por el cásting, por el montaje, por cualquier cosa. El golpe decisivo llegó cuando, según Remy, «Redford le quitó la película a Gene para hacerla él y le prohibió que entrase en la sala de montaje. Era peor que estar en un estudio. Creía que Sundance iba a protegernos, pero fui una ingenua. Redford detestaba nuestra película. Le habría gustado algo más ingenioso, más brillante.»

Del otro lado del mostrador, Fischoff, que niega que a Corr le prohibieran entrar en la sala de montaje, añade: «Podría haber funcionado si Sundance hubiera respetado el compromiso de ayudar a Gene en el rodaje, pero no lo hizo. Redford nunca fue al plató y nunca tranquilizó a los actores, que habían aceptado rebajar salarios por él y se habían puesto en manos de un director sin experiencia, también por él. Redford se fue a trabajar en *Memorias de África*. Queríamos hacer la película por las razones correctas, no porque pensáramos que sería un gran negocio. La moraleja, citando a Oscar Wilde, es: "No hay buena acción que quede impune."»

Safford dice que Redford intentó que *Flor del desierto* se retirase del festival de 1986 después de que la aceptaran. Cuando Safford amenazó con renunciar, Redford se retractó, aunque se negó a asistir al estreno.

Hubo más quejas. *Animal Behavior* era una comedia romántica dirigida por Jenny Bowen y producida por Kjehl Rasmussen. El productor tenía entendido que el guión se había desarrollado en Wildwood para que la protagonizara Redford, y que había pasado por el taller, pero Redford decidió que era demasiado viejo para el papel. «Nuestros inversores pusieron 3,5 millones en efectivo para financiar la película», dice. «Nos preocupaba que nos encantara el guión y que tuviéramos un reparto estupendo con una directora primeriza. Redford fue a cenar con los inversores y dijo: "[Jenny] Es magnífica, la adoro, y estoy y estaré detrás del proyecto; si tenéis algún problema, yo seré la luz que os guíe." Nosotros intervinimos en representación suya; luego, por supuesto, se marchó a hacer *Memorias de África*. Cuando tuvimos problemas, no estuvo ahí para ayudarnos.»

Si se suponía que el rodaje era la zanahoria que induciría a los directores a decantarse por opciones más comerciales, la táctica no funcionó. Corr y Remy, como muchos otros independientes de su generación, habían invertido poco en sus carreras: defender una visión artística era lo más importante. En palabras de Van Wagenen: «El problema estaba en que habíamos tratado con directores idealistas a los que no les interesaba nada entrar en el sistema de los estudios. Tuve que ponerme a buscar gente que aspirase a trabajar dentro del sistema.»

En efecto, Sundance buscaba gente que quisiera trabajar dentro del sistema, pero eso tenía su precio. «El instituto ha perdido el tren», concluyó Safford en 1990. «Los directores que Sundance tiende a atraer caen dentro del "punto medio sensiblero". Sundance no ha censurado los temas políticos, pero sí los aspectos estilísticos. Todos los proyectos han sido muy conservadores.» Cada día era menos factible ignorar el hecho de que las estrellas del movimiento independiente surgidas a mediados de los años ochenta –Spike Lee, John Sayles, Jim Jarmusch, Gus Van Sant, los hermanos Coen y David Lynch– no eran útiles a Sundance, y que nunca participaron en los talleres. Algunos de los que lo hicieron –neoyorquinos pálidos y delgados arrancados de sus apartamentos que se vieron de repente respirando aire de montaña y parpadeando bajo el brillante

sol de Utah– se quejaron de que los intimidaban para que hicieran películas de Hollywood con gente oscarizada. Tom DiCillo, que había actuado en *Extraños en el paraíso*, de la que también fue director de fotografía –y que varios años después haría su mejor película, la mordaz y pícara *Vivir rodando*–, en 1989 fue a Sundance con el guión del que sería su primer largometraje, *Johnny Suede*. «Era muy útil seleccionar una escena, filmarla en vídeo, trabajar con los actores y luego mirarla», dice DiCillo. «Normalmente no se tiene esa oportunidad cuando se hace una película independiente, pero ésa fue la primera vez que oí decir: "El punto A del argumento no se cruza con el punto B en la página correcta." Y dije: "Lo siento, ¿qué es un punto?" Todos me decían: "Esto no es un guión." Era demencial, destructivo y negativo, como si te dijeran: "Así es como se llega a Hollywood." Nunca me había interesado eso. La verdad es que me sacaba de quicio.»

El término «independientes» había sido una vez un paraguas para designar a los directores y a las compañías que se movían fuera del sistema de los estudios, una maquinaria que hacía toda clase de películas, desde artísticas hasta porno. Sundance levantó un cortafuegos entre las películas de arte y el resto, se apropió del término «independiente» y desdeñó a los demás, considerándolos basura. Sin embargo, en la realidad el festival era esquizofrénico. Safford, harto de tener que programar el concurso, se lo había pasado a su protegido, Alberto Garcia, un joven ex chófer voluntario que llevaba gafas de abuelita y el pelo recogido en una cola de caballo, mientras él se dedicaba a montar homenajes precisamente a desclasados como Sam Fuller, a los que Redford no entendía –tampoco le gustaban mucho–. El disgusto que a Redford le producían los carnosos y sensacionalistas bajos vientres de la cultura de masas era, probablemente, resultado de sus propias inseguridades. Sin terminar una carrera (había ido a la Universidad de Colorado con una beca), padecía las ansiedades intelectuales de los que no han tenido una buena formación; en consecuencia, buscaba el imprimátur de la cultura literaria o museística, lo cual explica por qué muchas de las películas que dirigió *(El río de la vida, El hombre que susurraba a los caballo*s y *La leyenda de Bagger*

Vance), con su lacado revestimiento de exquisita belleza pictórica, son tan inánimes como insectos conservados en ámbar.

La inclinación de Redford por los indios americanos y los proyectos minoritarios puede haberle ganado puntos con la organización People for the American Way,* pero por sí misma no era una receta para hacer un cine emocionante. Dado el lamentable espectáculo que en esos días era el cine de Hollywood, Redford, escudriñando desde su aguilera en las nubes, no podía ser únicamente el acusado de dar la espalda a películas de género de toda clase: policías y ladrones, vampiros y licántropos, viajeros en el tiempo y el espacio, visitantes de Marte en sus platillos volantes, soldados y guerrillas asiáticas, narcos y traficantes urbanos, señores de la droga latinoamericanos, soeces adolescentes con acné y problemas amorosos... El único problema residía en que sus prohibiciones no escritas cubrían un vasto territorio, y cuando todo estaba dicho y hecho, no había una parcela libre en la que plantar la bandera si uno quería hacer cine independiente con la ayuda del instituto. Como admitió entonces Michelle Satter, directora del programa de largometrajes: «El imperativo era trabajar con historias regionales, humanas, típicamente americanas, pero no hay tantas historias únicas en ninguna categoría determinada. Comenzamos a apoyar muchos proyectos mediocres.»

Sexo, mentiras y cintas de vídeo fue a Cannes en mayo. Harvey ya había estado antes en Cannes, por supuesto, pero aún impresionaba al publicista Mark Urman, contratado por los hermanos, como dos pueblerinos, para que promocionara la empresa. Urman recuerda que, para ahorrar dinero, «se llevaron el fax a Cannes, como lo oyes; lo enchufaron en la pared y explotó porque no se dieron cuenta de que en Francia la corriente eléctrica no es la misma». Con todo,

quedó impresionado por «esa sensación innata, desde el comienzo, de que no existe nada que pueda llamarse "peliculita". Para ellos, se puede conseguir que un filme sea todo lo grande que uno quiere o, al menos, se puede intentar».

Brantley era la guardaespaldas que Harvey le había asignado a Steven Soderbergh, su asustadizo joven director. Compartían los orígenes sureños. Ella lo había conocido en una cena que Miramax organizó para el director y los actores. Recuerda Brantley: «La impresión que me llevé de él fue que era una persona increíblemente agradable; Steven se lo reprocha todo, pero nada de eso estaba ocurriéndole a él. Aquí todo el mundo lo aclamaba, pero nos comportábamos como dos auténticos sureños y hacíamos bromas como: "Aquí estamos en Cayunnes.[*]" Tenía una perspectiva saludable. Su Eeyoreness[**] lo mantenía cuerdo.» Los dos hicieron buenas migas y hasta hubo quien pensó que estaba a punto de iniciarse un romance.

En 1989 también competía *Haz lo que debas*, de Spike Lee, una vibrante exploración de las relaciones raciales en un barrio urbano al borde de la insurrección, que termina con el personaje que interpreta el propio Lee tirando un cubo de basura por la ventana de una pizzería regentada por Sal (Danny Aiello). *Haz lo que debas* se preparó originalmente en Paramount. «Paramount quería que cambiara el final», recuerda el director. «Pensaban que era demasiado pesimista, que le faltaba esperanza; querían que Mookie y Sala se dieran la mano y cantaran "We are the World" o alguna mierda por el estilo, pero no estábamos dispuestos a hacerlo.» Paramount se desentendió de la película y Lee la llevó a Universal, dirigida en esos días por Tom Pollock. Prosigue Lee: «Tom dijo: "Spike, no me voy a meter con el contenido. Tienes 6,5 millones, tienes el montaje definitivo, haz lo que quieras", y me dejó seguir adelante.» El resultado fue la mejor película de Spike Lee. A Soderbergh le preocupaba que Lee desdeñara *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* por considerarla una película de «crisis de blancos», pero Spike dijo que le había gustado. Wim Wenders, que aún disfrutaba del éxito de *El cielo sobre Berlín,* presidía el jurado.

La ceremonia de entrega de premios se celebró el 23 de mayo en el Palais. Harvey no dejó que Brantley se sentara con Soderbergh y la relegó a una butaca de menor categoría, en una de las últimas filas. Soderbergh pensaba que *Haz lo que debas* se llevaría el primer premio, la Palma de Oro, pero cuando él y los Weinstein recorrieron el pasillo pasaron junto a la gente de Lee y observaron que no bailaban precisamente de alegría. Ya les habían dicho que no habían ganado nada. Gilles Jacob, el presidente del festival, avisó a Harvey que ese día tendría una «buena noche». Soderbergh ya había obtenido el Premio Internacional de la Crítica, y esperaba alzarse con la Camera d'Or, el premio a los directores jóvenes. Una vez en su butaca, insensible casi de lo nervioso que estaba, oyó que se anunciaba el nombre de James Spader, que ya se había ido de Cannes. El joven director se levantó para recoger el premio al mejor actor de manos de Sally Field. Luego se puso a un lado del escenario, donde imaginaba que podría presenciar lo que quedaba de la ceremonia, pero lo mandaron de vuelta a su butaca, justo a tiempo de ver que Wim Wenders se disponía a entregar la Palma de Oro. Cuando Wenders dijo algo acerca de «una película de un joven director...», Soderbergh intentó conectar los puntos suspensivos con alguna de las películas candidatas. De repente, Wenders pronunció estas palabras: *«Sexo, mentiras y cintas de vídeo»*. Además, el presidente del jurado no escatimó elogios: «[Esta película] nos permite confiar en el futuro del cine.» Soderbergh recordó más tarde: «Tuve la impresión de que se había abierto una puerta por la que salían todos los sonidos del mundo, y entonces volví a ponerme de pie. Sentía los latidos del corazón en las orejas, que seguramente se me pusieron rojas. Esta vez fue Jane Fonda la que me entregó la Palma de Oro. Me quedé ahí un momento, esperando que el público dejara de aplaudir y tratando de pensar en algo que decir, tratando de no derrumbarme. Levanté la vista y dije: "Bueno, creo que a partir de ahora todo será cuesta abajo."» Más tarde dijo que tuvo la sensación de que un hada lo había tocado con una varita mágica y le había dicho: «Durante tres horas serás John Lennon.» Cuando terminó la ceremonia, Soderbergh, rodeado de gente que le daba la

enhorabuena, todavía aturdido, salió lentamente del Palais. Se dejó la Palma de Oro debajo del asiento.

Spike Lee manifestó su decepción. Al parecer, le contaron que Wenders había dicho que en *Haz lo que debas* no había héroes. Él repuso que había un jugador de los Louisville Slugger que se llamaba Wenders y añadió, refiriéndose al personaje masoquista de Spader: «¿Qué tiene de heroico un tipo que se pasa la vida filmando en vídeo a las mujeres?» De hecho, la victoria de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* sobre *Haz lo que debas* ratificó el distanciamiento de la vena airada y de actualidad del movimiento independiente, que se remontaba a los años sesenta y setenta, y definió la estética más moderada de la era *slacker*.

Cuando Soderbergh regresó a Los Ángeles se enteró de que se habían agudizado las peleas por su siguiente película. Redford le había dado luz verde a Barbara Maltby para *El rey de la colina.* Él sería productor ejecutivo, y en la producción figurarían Maltby, Ron Yerxa y Albert Berger. Pero Soderbergh se reunió con el productor Mark Johnson y el guionista Lem Dobbs; llegaron a un acuerdo verbal para filmar juntos *Kafka, la verdad oculta*. Redford, que seguía coqueteando con el joven director, lo invitó a un encuentro para conocerse mejor. Redford, como siempre, llegó tarde, pero Soderbergh estaba tan abrumado que apenas se dio cuenta. Registró la ocasión en su diario, y de Redford escribió: «Es inteligentísimo y muy abierto, y creo que nos pasamos un buen rato hablando de cosas no relacionadas con el cine, como de negocios... Hablamos de *El rey de la colina*, y dijo que estaba muy entusiasmado con el proyecto. Me marché pensando que el tiempo había pasado muy rápido.» Soderbergh disfrutaba de la calidez de la atención que le prestaba Redford. No sabía nada de la accidentada relación del actor con los independientes.

«Tanto Redford como Pollack compitieron realmente por la siguiente película de Soderbergh», recuerda Newmyer. A Redford parecía irritarle que su compinche Pollack le estropeara la cosecha. Siempre había dicho: «Esto no es el Sundance de Robert Redford», pero de pronto comenzó a comportarse como si lo fuera, limitándose a ejercer su prerrogativa real. Según una fuente cercana a Redford,

una vez dijo: «¿Qué diablos pasa aquí? ¿Por qué tiene Sydney un acuerdo con Steven y nosotros no? Éste es mi festival.»

Sin embargo, pese a que Soderbergh estaba ansioso por que Redford fuera su mentor, el director insistió en hacer los proyectos en el orden que le fueron presentados. Le dijo a Maltby que Redford tendría que ponerse en la cola, detrás de Pollack, y puede que también detrás de Johnson. La gente de Wildwood quedó pasmada. Cuando en 1989 cayó el muro de Berlín, cayó también *The Last Ship*, un drama de la Guerra Fría, y *Kafka* avanzó un puesto. Algo de kafkiano tenía el que Soderbergh se aferrase a ese proyecto como siguiente película, algo autodestructivo, como si estuviera pagando el inmerecido éxito de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*. «Iba a cortarme yo mismo la cabeza en la segunda película, hiciera lo que hiciese», dijo. «Estaba preparado para eso. En cierto modo, decidí quemarme haciendo una película que tenía en el pecho una diana para que le disparasen.»

Anticipando el desastre, Soderbergh tentó al diablo. Años más tarde, George Clooney, amigo y socio de Soderbergh, conjeturó que el director parecía tenerle miedo al éxito.

A Redford no le gustó nada tener que esperar que terminase el rodaje de *Kafka*. Dicen las malas lenguas que incluso decidió no hacer *El rey de la colina*. De vez en cuando, Maltby se lo recordaba, y Redford decía: «¿No confías en mí? Ya te lo dije, será mi siguiente película, y si lo digo, es porque será mi siguiente película.»

Soderbegh se puso a buscar a una actriz para *Kafka*. Peter Gallagher recordó a una que había trabajado en una pieza de Clifford Odets con Betsy Brantley, la hermana de Alison, y la recomendó para el papel. Al final la actriz elegida fue Theresa Russell, pero Soderbergh había encontrado una nueva novia. En un flagrante caso de «la vida imita al arte», el director dejó a Alison y se lió con Betsy, once años mayor que él: le gustaban las mujeres «maduras», que no lo necesitaban para encontrarle un sentido a la vida. Betsy declaró a la prensa: «Le gustaba moverse. Por lo cual, hasta cierto punto tenía que ser real.»

Entretanto, la fecha de estreno de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, fijada para agosto, se avecinaba a una velocidad vertiginosa,

y Miramax se puso a preparar la campaña de márketing. Recuerda Deutchman: «En materia de márketing, el instinto de los Weinstein siempre apuntaba a la yugular, lo cual, en este caso, significaba sexo, sexo y sexo. Steven estaba horrorizado. Sentía que Miramax prometía mucho más de lo que la película ofrecía.» Y añade Liz Manne, que después trabajó para Deutchman: «Fue algo típico de Miramax, un engaño, el acento puesto en lo excitante del título; dieron a entender que las cintas eran vídeos porno caseros. Se pasaron de la raya.»

Las reuniones del equipo de márketing eran tensas. Soderbergh estaba enfurruñado y Harvey parecía a punto de perder el control. Cuando el director salió de la sala de reuniones enfurecido, Harvey se llevó las manos a la cabeza en un gesto de frustración y dijo: «¿Cómo se supone que hemos de vender esta película? Esa actitud no es nada realista.» Harvey pensaba: Es nuestro dinero, es nuestra película, me importa una mierda lo que piense el director. Nos adorarán si la película hace dinero, y si no, ¿qué? Siempre habrá otra. Pero Harvey había invertido mucho en *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, mucho más que dinero, y cuando Soderbergh le preguntó si podía hacer su propia versión del tráiler, dijo: «Sí.» El director le entregó una copia que a Harvey le pareció espantosa, «la muerte de las salas de arte y ensayo». Con Deutchman interponiéndose entre los dos –«Impedí que se mataran el uno al otro»–, llegaron a un acuerdo: la estructura de Miramax con algunas selecciones de los clips de Soderbergh.

Soderbergh estaba harto de su repentina fama: «Todo el mundo quiere conocerme», se quejaba. El 9 de julio, el director metió la Palma de Oro en el maletero de su Rambler y enfiló hacia el desierto, al este de Los Ángeles, rumbo a Charlottesville, Virginia, conduciendo de noche para que el coche no se sobrecalentara. Dice Alison: «Steve es una de esas personas a las que les cuesta ser feliz donde vive. Si vive en Los Ángeles, quiere vivir en Nueva York. Si vive en Nueva York, piensa que es mejor irse a Los Ángeles.» Su familia vivió durante una época en Charlottesville y allí había pasado muy buenos momentos cuando tenía ocho años. «Quiso volver al lugar en el que había vivido ese momento de alegría», prosigue

Alison. «Pero, en cualquier caso, es incapaz de disfrutar de la vida.» Como ha admitido Soderbergh desde entonces: «Hay una diferencia entre experimentar el éxito como yo lo tuve con *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, y buscarlo. Yo no lo esperaba y no lo buscaba. Cuando pasó lo de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, me martiricé en lugar de disfrutarlo. Y es falso e insultante no disfrutarlo.»

Miramax estrenó la película el 4 de agosto de 1989, lanzándola en un inteligente plan de contraprogramación –las más taquilleras del verano estaban quedándose sin fuerza y el público que en esa fecha no estaba cerebralmente muerto, se moría por algo a lo que hincarle el diente. La respuesta del público fue tan entusiasta, que en la fiesta que se organizó tras el estreno, Soderbergh creyó tener una experiencia extracorpórea. Y le confió a su diario: «Creo que mucha gente tocada por un éxito repentino termina cagándola porque piensa que debería sentirse mejor y más feliz, y cuando no lo es, piensa que debe de pasarle algo y empieza a comportarse de un modo autodestructivo. Lo que me ha ocurrido es realmente grandioso, pero personalmente no me siento más feliz que hace un año y medio. Creo que es una mala idea condicionar la imagen de ti mismo al éxito en la industria del cine. Puedes convertirte en un amargado.»

Para romper la barrera de la gran ciudad –los diez millones–, una película independiente tiene que proyectarse en los multicines de los barrios residenciales. Zeidman había abierto un camino con *Escándalo*, y *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* lo retomó en el punto en que *Escándalo* lo había dejado. «Hasta ese momento, e incluso hoy, hay mucha gente que distribuye películas, gente como los chicos de Sony Classics, que piensa que el cine es sagrado», reflexiona Jack Foley. «Las películas estaban enclaustradas en el Orson Welles de Cambridge, en los cines Landmark o en los Laemmle de Los Ángeles. No se pasaban películas de arte y ensayo en ciertas salas porque así se las envilecía, se las comercializaba. Tampoco en los centros comerciales. Era un punto de vista elitista, estúpido y corto de entendederas. Hasta que Marty Zeidman dijo: "Dejémonos de exquisiteces y andando. Prostituta de Babilonia o no, esto es un negocio. Hagamos dinero." Harvey convirtió la película de

arte en película inteligente. Pero si Marty no hubiera roto la norma, no habrían tenido nunca semejante éxito.»

«Fue como derramar leche en el suelo», dice Zeidman. «¿Hasta dónde se expandirá? No lo sabes. El charco fue extendiéndose y extendiéndose.» Empujada por la ambición de los Weinstein y la avidez de cosas nuevas y diferentes de los medios de comunicación, *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* pasó por sólo un puñado de compromisos exclusivos antes de estrenarse en todas las ciudades importantes, y en unas quinientas o seiscientas salas. «La pasaron en todas partes, en Corpus Christi, ciudades donde nunca antes se habían proyectado películas especializadas, salas en las que normalmente no habrían proyectado películas así», prosigue Zeidman. «Sin embargo, nunca hay que [sobre]estimar la codicia de los exhibidores. Cuando vieron las cifras, todos se le echaron encima.» Esta pauta de estrenos, en expansión, fue acompañada de un costoso bombardeo publicitario. Dice Bingham Ray que hasta entonces «se ponía un anuncio de unos diez centímetros el día del estreno, y la gente lo leía. Se podía estrenar una película en Nueva York por quince mil dólares, todo incluido. Nadie pensaba en anunciar una película independiente o extranjera por televisión, sino únicamente en la prensa. O si uno era realmente arriesgado y tenía un poco de dinero para gastar, en radio clásica. Con *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* Harvey empezó a anunciarse en televisión.» Añade Larry Estes: «Para ganar veinticinco millones hace falta algo más que un millón. Se gastaron más de dos millones y medio en copias y publicidad. Se volvieron locos con la publicidad.» A los 24,7 millones que la película recaudó en los Estados Unidos hay que sumarle otros treinta millones a escala mundial.

Soderbergh estaba encantado con los Weinstein. En ese momento dijo: «Me sorprende cuán profundamente se comprometieron con la película. Están dispuestos a salir a la calle y a hacer pedazos la calzada. Es apabullante la cantidad de dinero que hicieron si se piensa en lo que invirtieron en copias y publicidad.» La belleza de Miramax radicaba en que, cuando las cosas iban bien, ofrecía lo mejor de ambos mundos, dando a las películas los tiernos cuidados necesarios para superar a las distribuidoras independientes y

gastando mucho dinero en anuncios televisivos. Pero no todo siempre iba bien. Harvey y Bob se parecían a la niñita del cuento de Mamá Oca: cuando eran buenos, eran muy buenos, pero cuando eran malos, eran terribles.

La carta que en Navidad de 1988 Redford dirigió a sus empleados parecía marcar el nadir de la suerte del instituto, pero las cosas empeoraron, y pronto. Safford, el jefe del festival, se marchó en 1990, abandonando algo que parecía un barco a punto de hundirse, y se pasó a New Line. Lo sucedió Geoff Gilmore, que llegó en abril de 1990 pero tuvo poco que ver con el festival de ese año. Bajo la nube del colapso de la gestión y con la moral por los suelos, el de 1990 representó un claro deterioro respecto del festival del año anterior. A falta de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, Sundance se aferró al propio Soderbergh, que presidió el jurado encargado de películas dramáticas y se convirtió rápidamente en una especie de chico del póster del festival, permitiendo incluso que lo pusieran en los anuncios. Este festival llegó a conocerse como el año afroamericano por *Nunca te acuestes enfadado* y los hermanos Hudlin con *House Party*, luego uno de los grandes éxitos de New Line. Entre otras películas destacadas figuran *La increíble verdad*, de Hal Hartley, descubierta por Miramax en septiembre en el Festival de Toronto, y *Metropolitan*, de Whit Stillman.

No cabe duda de que Sundance necesitaba otra *Sexo, mentiras y cintas de vídeo.* La mediocridad del festival parecía confirmar los peores temores de Redford. Recuerda Gilmore: «Sentíamos que dábamos un paso adelante y dos pasos atrás, de vuelta a los viejos tiempos, cuando la mayoría de las películas independientes eran anónimas y marginales.» Por irónico que parezca, el cambio no tardó en llegar, pero en los negros días de 1990 nadie podía ver más allá, y menos que nadie Sundance, que llegó a la conclusión de que, en efecto, su misión era un fracaso. Desde el principio a Redford le había preocupado que los independientes fueran..., bueno,

demasiado independientes. Como si estuviera resuelto a tirar la toalla, reflexionó: «Puede que sea hora de decir: "¿Nos equivocamos utilizando la palabra 'independiente' demasiado a la ligera? ¿No deberíamos simplemente decir 'el cine es cine'?"» Había intentado valerse de la zanahoria «dinero para el rodaje» a fin de atraer a los rebeldes directores a la vía recta –y estrecha– de la producción comercial, pero no le funcionó, y concluyó que no había demasiados peces gordos nadando en el estanque independiente. Frank Daniel, que dirigía los talleres, sumó su voz al creciente coro de quejas, suspirando: «No hay muchos independientes con talento.» Así, el instituto comenzó a favorecer a los directores «de transición» o «tránsfugas», es decir, famosos que se habían hecho en ámbitos distintos de la dirección y que estaban ansiosos por probar suerte dirigiendo, pasando por encima de los emergentes directores de una primera o segunda película que habían decepcionado a Redford más de una vez con sus torpes trabajos y la poca atención que prestaban a sus consejos. Sin esconder el disgusto que le producían los directores emergentes, prosigue Daniel: «Es mejor la gente de transición. Un tipo que se ha pasado años haciendo teatro tiene mejor vista para detectar una buena historia, y una mejor idea de la estructura y del personaje que los directores y los guionistas. Vienen con mejores proyectos.» Avergonzado por el fracaso de producir un *succès d'estime* o un éxito comercial, el instituto estaba decidido a darles la espalda a los independientes. Y pensar que se creó precisamente para ayudarlos.

Daniel, por supuesto, decía disparates. Como señaló en esos días el director cinematográfico y responsable ocasional de talleres Ulu Grosbard *(Confesiones verdaderas)*, aunque sea cierto que el dramaturgo medio es mejor escritor que el guionista medio –lo cual es discutible–, «lo que los hace buenos dramaturgos los hace también malos guionistas». Las reglas y el lenguaje son diferentes. Señalando con el índice uno de los principales fallos de Sundance, añadió: «Tratando de escapar del cine comercial, la gente busca buena literatura, pero yo prefiero, con mucho, ver un buen filme de género con marcha, que esté realmente bien hecho, antes que un intento insulso de hacer *Guerra y paz.*»

Redford contrató a Suzanne Weil, ex factótum de PBS, para que ocupara el lugar de Tom Wilhite. Es de suponer que Redford esperaba encontrar un director más maleable, pero una vez más demostró tener olfato para contratar a quien no debía. Weil era el polo opuesto de Wilhite. Según afirman muchas fuentes, como administradora era indiferente, pero se dedicó a cultivar su relación con Redford y con un grupo de cineastas «de transición» entre los que figuraban candidatos tan improbables como Carl Bernstein, Martha Clarke, Twyla Tharp y Peter Weller, también conocido como Robocop. (Ninguno de ellos consiguió jamás hacer una película digna.)

Safford era un programador talentoso, pero, por paradójico que pueda parecer, su contribución más importante puede muy bien haber sido el reclutamiento de Gilmore como sucesor. Gilmore venía de la Cinematèque de la Universidad de California, Los Ángeles (UCLA). Con estudios universitarios no podía ser un *insider.* «Tampoco me impresionaba tanto el cine independiente americano», recuerda, «en especial el cine de aire hippioso que practicaba Sundance.» Gilmore no podía haber llegado en peor momento. El festival de 1990 tuvo unos ingresos de seiscientos diecisiete mil dólares y unos gastos de quinientos cuarenta y seis mil, es decir un beneficio neto de setenta y un mil dólares. Dos meses después de su llegada, la tormenta fiscal se desencadenó sobre el instituto y lo dejó nadando en tinta roja. Los directores de programación fueron convocados a una reunión en la que les dijeron que cada uno podía conservar un solo asistente, pero que tenían que despedir a los demás. La plantilla se redujo bruscamente en un cincuenta por ciento: de treinta y cinco empleados a unos doce o trece. El presupuesto se recortó drásticamente en casi un cincuenta por ciento (de unos 2,7 a aproximadamente 1,55 millones de dólares).

Un poco más tarde ese mismo año, Redford regresó de Santo Domingo, donde se había rodado *Habana*, para descubrir que el déficit de Sundance se había disparado. «Simplemente no pude aguantarlo», dijo, y despidió a Weil, que afirmó que su impopularidad se debía a que había intentado introducir cambios.

«Tuve la oportunidad de echarlo todo a perder», confesó. «Pero no la oportunidad de volver a arreglarlo.»

Una vez más, Sundance quedó a la deriva. Dice Pollack, que estuvo presente en la creación y que, probablemente, era el que más tiempo llevaba tratando con Redford. «Robert no era pasivo-agresivo –no era tan enfermo–; la ambivalencia estaba en querer dominar la situación él solo y al mismo tiempo querer desentenderse y que otro dirigiera.» En 1991, a medida que se aproximaba el décimo aniversario del instituto, no se sabía a ciencia cierta si la criatura de Redford sobreviviría. Las empresas patrocinadoras se vieron presionadas a pagar en efectivo y en el acto si el instituto no quería dejar de pagar los sueldos. La estrella se quejó, amargada: «No importa lo mucho que te esfuerces; alguien siempre se cabrea. Creo que ya es hora de que tome distancia y vea si esto puede funcionar sólo o no. Si no es posible, es que no debe funcionar.» Y, tras una pausa, añadió: «Me horrorizaría pensar que he desperdiciado diez años de mi vida. Si dices que en Sundance ha habido un problema de liderazgo, entonces es mi responsabilidad encontrar a alguien que lo dirija. Pero no lo he hecho, así de sencillo. Sin embargo, hay alguien que acaba de entrar en cuadro y que tiene muy buenas ideas para conseguir dinero: Gary Beer.»

Beer barrió con todo lo que quedaba de la vieja guardia, pero el derramamiento de sangre erosionó aún más la moral. Alberto Garcia, programador de la competición, se hizo eco de la opinión de muchos cuando dijo: «Me gustaría, ya que he pasado varios años de mi vida en una organización artística sin ánimo de lucro, recibir una bonita despedida en lugar de una violenta patada. Me parece de lo más irónico que el instituto se creara para proteger a los directores independientes de los abogados y de la gente que maneja el dinero, para que pudieran concentrarse estrictamente en el material, y que ahora esa misma gente, los hombres de los números, sean los que lo manejan.»

Vigilando el naufragio, Redford intentó comprender por qué las cosas habían ido tan mal. Cada vez más llegó a verse como una carga para Sundance, y a ver Sundance como una carga para él. «Mucha gente decía que yo era muy valioso», se quejó entonces.

«Pero comencé a ver las cosas de otra manera, empecé a verme como una fuerza distorsionadora, como una carga. Si alguien dice que este chico es un diletante, y que está aquí en Utah intentando utilizar esto como si fuese una amortización fiscal, entonces nadie va a estar ansioso por contribuir. Por eso traté, a propósito, de distanciarme, porque pensaba que no era saludable. Hay quien lo interpreta como un liderazgo esquizofrénico. No es cierto, fue consciente. Hace tres años decidí que tenía que volver a hacer mi trabajo. Hay cosas que quiero hacer y películas que quiero hacer. En los años setenta hice catorce o quince películas, y en los ochenta sólo cuatro. Nunca fue mi intención dejar mi carrera para dirigir Sundance.»

Salvo Pollack, son muchos los que consideran que Redford es un pasivo-agresivo, con un don especial para arrebatar la derrota de las fauces de la victoria. La última escena de *El candidato* es Redford en estado puro. Su personaje ha ganado una agotadora carrera para senador por California, pero lo último que le oímos decir es esta quejumbrosa pregunta: «¿Qué hacemos ahora?» Mientras, la cámara se detiene en una habitación de hotel vacía buscando el meollo del asunto. Y concluye Van Wagenen: «Lo que más le habría gustado a Bob es que el instituto hubiera funcionado sin él. Poco a poco fue quedando claro que él era el factor vital. Se dio cuenta de que tendría que desempeñar un papel central. Y consiguió mucho más de lo esperado.»

Mientras tanto, Redford se impacientaba, pues esperaba que pronto Soderbergh se pusiera a trabajar en *El rey de la colina.* Soderbergh, que había ido al centro turístico para participar en el taller de productores celebrado en agosto del año anterior con el resto de la pandilla de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, le dijo a Estes que iba a casarse con Betsy Brantley, y lo hizo, en diciembre de 1989, ante un juez de paz en Charlottesville. Chico y chica parecían muy enamorados. Pocos meses después, Soderbergh comenzó a rodar *Kafka* pensando ya en su siguiente película. Redford esperaba que fuese *El rey de la colina.* Sin embargo, el director sentía que aún le debía una película a Pollack. Durante los trabajos de posproducción de *Kafka*, Redford le pidió a Soderbergh

que fuera a verlo a su bungalow de Universal. Él llegó tres cuartos de hora tarde y, puesto que no había nadie en el edificio, el joven director esperó pacientemente sentado en los escalones de cemento de la entrada. Según recuerda Soderbergh, Redford dijo: «Me ha parecido entender que piensas hacer otra película antes de *El rey de la colina.*»

«Sí, es posible.»

«Estaba preguntándome si debo seguir adelante con este proyecto porque no sé si quieres hacerlo o no.»

A Soderbergh el corazón le dio un vuelco. Y pensó: Esto es muy extraño, porque fueron ellos los que vinieron a mí, y yo el que sugerí ese guión. El proyecto no lo concibieron ellos. Soderbergh tenía la impresión de que Redford ocultaba una amenaza. «Lo que Redford preguntaba era: "¿Debería hacerla contigo o sin ti?"» Soderbergh respondió: «No, por supuesto que voy a hacer esa película, pero estas cosas no siempre son cuantificables. Lo único que puedo decirte es que tengo la firme intención de hacerla. No te estoy diciendo sandeces. No estoy jugando a nada.»

«Perfecto.»

Pese a todo, Soderbergh se marchó con una sensación de malestar, sobre todo porque ahora Redford tenía los derechos de *El rey de la colina*.

Harvey había comprado *Cinema Paradiso* en Cannes en mayo de 1989. Nadie más la quiso. Dirigida por Giuseppe Tornatore, ya había fracasado el año anterior en Italia, donde se estrenó con la demoledora duración de más de dos horas y media. La mayoría de los compradores no tenían por costumbre volver a montar películas, por lo cual prefirieron quedarse cruzados de brazos. Harvey no tenía tantas manías. En aquella época mantenía en funcionamiento una primitiva sala de posproducción en la que montaba tráilers y anuncios televisivos, pero que también usaba para montar y añadir diálogos. Los hermanos andaban tan cortos de dinero, que

trabajaban directamente sobre las copias de estreno, cortando y pegando, pero más tarde, cuando la empresa empezó a prosperar, volvían a filmar o añadían escenas a películas que los directores que las habían filmado consideraban acabadas. Los Weinstein contrataban a chicos recién salidos de la escuela de cine de la Universidad de Nueva York, les pagaban una miseria y les decían que Miramax era su curso de posgrado.

Aunque Russell Schwartz, ejecutivo de márketing, afirma que fue Tornatore quien hizo el nuevo montaje, *Cinema Paradiso* quedó reducida a dos horas: larga aún, pero no interminable. Cortar las películas en función de la duración, aunque fuera ofensivo para los directores, tenía cierto sentido, sobre todo si se hacía con tacto, sensibilidad y conjuntamente con el director. Pero había más cosas. «Harvey solía decir que nuestro trabajo consistía en escuchar esas películas, incluso las británicas, con oído americano», recuerda Stuart Burkin. Cuando los actores doblaban los diálogos, «les pedían que disimularan un poco el acento británico».

Menos sentido tenía deshuesar películas extranjeras para convertirlas en filetes fáciles de digerir, a salvo de la idiosincrasia cultural que podría atragantársele al público norteamericano; puede decirse que son precisamente esas costumbres poco conocidas, o los tics de comportamiento, lo que contribuye a crear la sensación de diferencia que hace que una película extranjera sea precisamente eso, una ventana a mundos poco conocidos y no sólo otro espejo en el que mirarnos. Lo último que queremos es entrar en un McDonald's en la Ciudad Prohibida de Pekín. Los intentos de Harvey Keitel por arrancarle palabras a la muda heroína de *El piano*, de Jane Campion, es, o debería ser, un paradigma de la relación entre el público americano y las películas extranjeras: tenemos que trabajar para desentrañar sus secretos; si lo hacemos, las mejores nos recompensarán generosamente con placer. Además, es un terreno resbaladizo; el objetivo de grandes recaudaciones hace que el equilibrio choque con demasiada facilidad contra la preservación de la integridad de la visión del director. Una vez que descomprimimos una película, cambiando algo aquí y arreglando algo allá, es difícil saber cuándo parar, y se termina, también con demasiada facilidad,

en lo alto de la cuesta de los restos de esas maravillosas películas de artes marciales de Hong Kong, destruidas por el doblaje, que se convirtieron en el producto principal de Miramax. Insiste Harvey Weinstein: «Nunca hacemos proyecciones de prueba para luego cambiar las películas.» Pero Diana Tauder, que trabajó seis años en posproducción de Miramax, dice: «Sí, en Miramax esas proyecciones eran estudios de mercado; luego, basándose en la opinión del público, volvíamos a montar las películas. Yo sabía que lo que hacía podía no ser precisamente ético, pero era la manera de que una película dada hiciera dinero. En mi opinión, la mayoría de las veces, terminaba siendo mejor.» No obstante, permitiendo que el público desempeñara un papel creativo en el proceso, Harvey se adentraba en un camino que conducía a la muerte de la dirección de autor seria –películas extranjeras, películas independientes, de arte–, un árido desierto en el que no crece nada salvo las grandes cadenas de televisión con su mínimo común denominador en materia de programación, regidas por los índices de audiencia Nielsen.* En una palabra, Harvey «McMiramaxeaba» películas extranjeras.

Cualquiera que fuera el propósito, cortar para reducir la duración y adaptar una película a los ojos y los oídos del público norteamericano era, a menudo, un procedimiento coercitivo. Así lo describe Burkin: «Nunca lo expresábamos así, pero lo que le decíamos [al director] era: "Díganos usted cómo alcanzar los objetivos que buscan los hermanos Weinstein." Si nos entendía, todo era más sencillo, porque sabían que, de todos modos, íbamos a hacerlo.»

La mayoría de los jóvenes licenciados que Harvey contrataba habían sido educados en el respeto al director-autor. Aunque creyeran que estaban ayudando al director, que mejoraban sus películas, solían tener pocas agallas para hacer su trabajo. «No era divertido», dice Burkin. «A veces pensaba que me cargaba todo lo específico, lo que hacía que el filme fuese lo que era, y sólo para hacerlo menos lento. Interioricé esa sensación, pero casi siempre me dolía el estómago.» El estrés le produjo a Burkin una úlcera.

Diana Tauder pensaba lo mismo: «Me sentía como si me apropiara

de un bebé y le dijera al padre o a la madre que iba a operarlo cuando ellos pensaban que la criatura estaba perfectamente. Muchos eran directores realmente avezados. Era evidente que habían hecho una obra de arte. Puede que "cortada" sea la palabra más apropiada para describir cómo me sentía. Cuando terminé mi carrera allí, me di cuenta de que ése no era el mejor camino si quería ser creativa, porque en realidad estaba siendo creativa con una obra ajena.»

Harvey casi llegó a las manos con Ismail Merchant, que había producido *Esperando a Mr. Bridge* para James Ivory, director y socio. La película, basada en dos libros de Evan Connell y relativamente cara, la protagonizaron Paul Newman y Joanne Woodward. La produjo Cineplex Odeon. Miramax pagó por ella cuatro millones basándose en el reparto y el guión, firmado por Ruth Prawer Jhabvala, la guionista habitual de Merchant e Ivory. «Adoro a Ruth», dice Weinstein. «Es ella el gran talento del trío.» El productor y el director conocían la reputación de los hermanos, pero, según el contrato, Ivory tenía derecho al montaje definitivo, por lo cual tanto Merchant como él creían estar protegidos. Harvey y Bob visitaron el plató (en Kansas City) y fueron efusivos. Según Merchant e Ivory, los Weinstein dijeron: «Es maravilloso. Nos hace muy felices estar asociados con vosotros.» Bla, bla, bla. Todo siguió siendo maravilloso hasta que Miramax vio la película; de repente, todo dejó de serlo.

Ivory había cambiado el guión –la señora Bridge, en el coche, gritaba: «¿Hay alguien allí?», mientras la nieve caía en silencio a su alrededor–, que antes terminaba en una nota más optimista, un *flashback* al día de la boda. Dice Merchant: «Pensaron que quedaría mejor que Paul Newman la cogiera en brazos, que la llevara dentro con la música *in crescendo*, para que así el público americano quedase satisfecho.»

Ni Cinecom ni ninguna otra de las distribuidoras de Merchant/Ivory hacían proyecciones de prueba; por eso, cuando Miramax sometió a examen *Esperando a Mr. Bridge*, productor y director se quedaron consternados. Con los años, habían desarrollado una elevada opinión de su talento –nada inmerecida–, y con *Una*

habitación con vistas en el currículum se consideraban bastante por encima de humillaciones tales como las fichas de preestreno y los grupos de sondeo. No obstante, los hermanos siguieron adelante y probaron la película en el Paris Theater de Nueva York. Recuerda Weinstein: «La reacción fue negativa, sobre todo por el final. La gente jadeaba. ¡Jadeaba!»

En una reunión con Merchant e Ivory en la sala de reuniones de Tribeca, Harvey insistió: «Queremos introducir algunos cambios.» Merchant, curtido veterano de las guerras independientes, no se dejaba mangonear: «Esos cambios son imposibles. Tenéis la oportunidad de distribuir una película de primera calidad; si no la queréis como está, no la distribuyáis.» Ivory pidió ver las fichas de la proyección de prueba. Tras echarles un vistazo, dijo: «Ésta es una película para un público culto. El público que asistió al preestreno no es gente culta del Upper East Side como nos estás diciendo.»

«¿Por qué piensas eso?», preguntó Harvey.

«Mira la letra. Apenas puedo leer estas fichas, las han garabateado unas personas que casi no saben escribir.» Harvey, criado en Queens, pensó: Vaya, este tío se burla del público. Y estalló: «¡Por Dios, qué pretencioso! ¿Quieres buena letra? Ya te daré yo a ti caligrafía.» Recuerda Ivory: «Harvey se puso furioso. Empezó a gritar, a patalear, a dar vueltas alrededor de la mesa. Yo creo que sencillamente no les gustaba que les llevaran la contraria. Los Weinstein creen tener poder y grandeza, parecen matones de patio de escuela.» Después de mandarlo a la mierda varias veces, Merchant se puso de pie bruscamente y dijo: «Te quito la película. No te mereces distribuirla. Cineplex te devolverá el dinero.» Merchant desafió a los hermanos a que salieran a la calle, a pelear, y salió de la sala enfurecido, arreando a su paso, con el maletín, contra una mampara de cristal que se hizo añicos estrepitosamente. Recuerda el productor: «No salieron porque, obviamente, pensaban que este indio tan feroz... como si la espada de Shiva fuera a caerles sobre la cabeza. Se vieron con la cabeza por un lado y el cuerpo por otro.»

Harvey exigió que cortaran la película; Merchant e Ivory se negaron. Según Ivory, Miramax «retuvo el último pago que nos

debía; por supuesto, necesitábamos ese dinero para pagar el laboratorio y el estudio de grabación, y también los intereses del préstamo bancario. Aunque yo tenía derecho al montaje final, Harvey pensaba que, si no nos pagaba, terminaríamos cediendo. Le contamos a Paul lo que estaba ocurriendo y llamó por teléfono a Harvey y le dijo: "Termina de una vez y págales." Y nos pagaron.» Merchant se pasó diez años sin dirigirle la palabra a Harvey.

De vez en cuando, los cineastas se quejaban a la prensa, cosa que ponía furioso a Harvey, porque si se hacía público que cambiaba las películas al tuntún, la clase de directores que tanto necesitaba evitarían tratar con él. Ivory, por ejemplo, todavía resentido por la manera como lo había tratado Harvey, se lo contó todo a Howard Feinstein, editor de cine de la revista neoyorquina *Village Voice*. Feinstein encargó un artículo sobre el asunto. Cuando el copresidente de Miramax se enteró, casi le dio un ataque, especialmente porque el artículo iba a aparecer la víspera de una función de beneficencia para el National Center for Film and Video Preservation del American Film Institute (AFI), una gala patrocinada por Miramax. Según Feinstein, Harvey lo llamó a su casa, a un número particular que no figuraba en la guía, y lo amenazó con enviar a su despacho un equipo de cámaras para que lo filmara mientras él cortaba uno de los guiones de sus escritores. Recuerda Feinstein: «Se puso bastante borde. Entonces me lo tomé como una amenaza velada, pensé que podían hacerme daño. En realidad, no creo que fuese lo bastante estúpido para decirme: "Voy a hacer que te maten." Pero el tono era tan desagradable que me asusté mucho.» Cuando apareció el artículo, firmado por Elliott Stein, citaba una media docena de películas cortadas por Miramax, entre las que figuraban *The Thin Blue Line, Pelle el conquistador, Escándalo* y *La pequeña ladrona*. Aunque los orígenes del mote no están claros, a partir de entonces Harvey pasó a ser conocido como «Harvey Manostijeras». Dice Steve Woolley: «Nadie debería sorprenderse porque siempre había sido un "manostijeras". Como ejemplo ahí está *The Secret Policeman's Other Ball*. Cortó las dos películas con una gran cuchilla y las montó en una sola. No creo que Harvey piense ni

siquiera por un minuto que hace algo despectivo o negativo, porque le da buenos resultados. "Harvey Manostijeras" es un cumplido.»

No obstante, lo más frecuente era que Harvey recibiera lo peor de los dos mundos: se ganó la enemistad de los directores y cosechó mala prensa por hacer cortes, pero no cortó lo suficiente, bien porque necesitaba que los directores promocionaran las películas, bien porque quería volver a trabajar con ellos, o por ambas cosas. Aunque decidido, estaba en conflicto con lo que hacía. Se preocupaba: «¿Van a enfadarse con nosotros? ¿Es esto una estupidez? ¿Debería dejarlo correr?» A veces, al final de una proyección, decía: «¿Sabéis una cosa? Creo que se me ha ido la mano. Falta algo que a mi hermano y a mí al principio nos encantó.» En resumen, y en palabras de Burkin: «Mientras trabajé en Miramax, de 1991 a 1994, las películas que mejores resultados nos dieron fueron las que compramos acabadas y estrenamos intactas: *Sexo, mentiras y cintas de vídeo, Mi pie izquierdo* y *Juego de lágrimas.* A Harvey le apasionaba el cine, pero también lo volvían loco el dinero y la fama.»

3. NEGOCIOS ARRIESGADOS
1990-1992

• ***De cómo Miramax entró en caída libre mientras Todd Haynes y Christine Vachon lanzaban el «New Queer Cinema», Quentin Tarantino echaba sus perros sobre Sundance y Bingham Ray y Jeff Lipsky parían October.***

Sexo, mentiras y cintas de vídeo se parecía a hacer el amor por primera vez. Desde entonces, todo el mundo ha intentado recrear ese momento, pero ha sido una aberración.

TOM BERNARD, copresidente de Sony Classics

Jeff Lipsky, de Skouras Pictures, paseaba por la orilla del Támesis un bonito día de octubre de 1990 cuando se le encendió la bombilla, como un bocadillo encima de la cabeza de un personaje de tira cómica; en cierto modo, eso era lo que Lipsky parecía. Calvo como una bola de billar –padece alopecia, ni un solo pelo en todo el cuerpo: la enfermedad de Lex Luthor, el más peligroso enemigo de Superman–, Lipsky tiene un rostro anguloso y usa gafas de montura negra al estilo de Mister Magoo. Quisquilloso y con un gran poder de retención, intenso e intimidante, en aquellos días tenía debilidad por el color púrpura y a veces sólo gastaba ropa de este color, incluidos los zapatos y los calcetines. Cuando trabajaba en Goldwyn, había puesto sillas púrpura en el despacho. Sin embargo, tenía fama de ser un exaltado partidario del cine independiente, compulsivo como todos los que trabajaban en Miramax, si bien, a diferencia de todos

ellos, era un apasionado defensor de la integridad artística de los directores. La matrícula de su coche era MPAA-NOT.*

En aquellos días jefe del departamento de largometrajes de Skouras, Lipsky había ido a Londres a ver la nueva película de Mike Leigh, aún sin título. En Skouras uno de sus triunfos había sido *Grandes ambiciones*, que él había comprado y convertido en un modesto éxito. Fue la primera película de Leigh que contó con una sólida distribución en Norteamérica, y la campaña de Lipsky consiguió que los críticos estadounidenses se fijaran en el director y aplaudieran su película. No sería exagerado decir que Lipsky fue el arquitecto de la carrera de Leigh en los Estados Unidos, convirtiendo al subestimado director británico en una estrella mediana del firmamento internacional. Lipsky, que adoraba la tierra que Leigh pisaba, había entablado una relación con el director, un cascarrabias, y con Simon ChanningWilliams, el productor, que lo protegía ferozmente. Leigh insistió a Lipsky para que fuera a Londres a ver su nueva película. Lipsky le dijo a Tom Skouras, su jefe: «Tenemos que mantener esta relación.» Skouras respondió: «Ya veremos, ya veremos.» Las semanas pasaron y Leigh volvió a llamar una vez más, pero Skouras seguía sin decidirse. Lipsky pensó: Bueno, puede que Tom quiera cortar esta relación con Mike y Simon, pero yo no. Y voló a Londres con su esposa, pagándose el viaje de su bolsillo, para ver la película, que terminó llamándose *La vida es dulce*. Durante el almuerzo, Lipsky les dijo a Leigh y a ChanningWilliams: «Es una obra maestra, pero no vamos a comprarla.» Dicho lo cual les explicó la situación en que se encontraba Skouras. Los ingleses lo alentaron a que crease su propia empresa: «Tienes toda la experiencia y todos los contactos; apoyaremos tu compra.»

A la mañana siguiente los Lipsky regresaron a Los Ángeles. El ejecutivo entró en el despacho de Skouras y dijo, impulsivamente: «Renuncio.» En ese momento Lipsky era un veterano con dieciséis años en el ramo. Sin embargo, sabía que no podría hacerlo solo. Ya había tenido varias conversaciones con Bingham Ray, también insatisfecho con su trabajo en Avenue, sobre la posibilidad de unir fuerzas. Recuerda Ray: «Estábamos cansados de trabajar por cuenta

ajena, cansados de que nos dijeran: "No, no podemos comprar esta película", y: "Sí, podemos comprar esta película." Sentía que me impedían actuar. Quería ser yo el hombre.» Lipsky se fue muy ofendido del despacho de Skouras, se encerró en el suyo y llamó a su amigo. «Lo hice, acabo de renunciar. Voy a abrir mi empresa. He visto una gran película en Inglaterra y será nuestro primer estreno, ¿te interesa?» Ray respiró hondo y dijo: «Sí.»

Como Lipsky, Ray, de cuarenta y seis años, vivía para el cine, respiraba cine. Hijo de un ingeniero, había crecido en Scarsdale, una rica ciudad del rico Wetschester, justo al norte de Nueva York. «Iba al cine Elgin de los barrios residenciales luciendo una camisa con botones en el cuello, y me sentaba al lado de un tipo con gabardina», recuerda. «Mi padre me decía: "¡Si sigues yendo tanto al cine, terminarás siendo un vagabundo!"» Salvo un par de ligeros genes blancos, anglosajones y protestantes, Bingham tenía el ADN de un productor judío. Era bajito, irreverente y voluble, famoso por su escaso período de atención y por sus juicios precipitados, pero estaba orgulloso de su instinto y confiaba en él. Si a Lipsky le chiflaba el púrpura, Ray tenía sus propias manías con la ropa. Su uniforme era, todos los santos días, camiseta, bermudas, blazer, zapatos informales Topsider y una gorra de los Mets. Por naturaleza era incapaz de ponerse corbata. «¿Corbata? ¿Para qué?», se pregunta retóricamente. «Es una estupidez. ¿No os acordáis de aquel entrenador de hockey, el que ganó la copa Stanley, que se sonaba la nariz con la corbata? Yo crecí en un lugar en el que la gente no se suena la nariz con la corbata. Pero ¿por qué no? Si no tienes pañuelo, bienvenida sea la corbata. Es útil.» Ray fumaba un Marlboro detrás de otro, le encantaba beber y era un auténtico seductor, un gran narrador de historias, comunicativo y ampuloso. Los directores lo adoraban. No tenía entre el pensamiento y la lengua nada parecido a una pared cortafuegos, y no acostumbraba a mordérsela; afilada y ácida, se cebaba con amigos y enemigos, y a veces le ocasionaba problemas. Como a Lipsky, le gustaba la polémica; no tenía pelos en la lengua. Alguien dijo de él una vez: «Si encerrases a Bingham solo en un armario, se pondría a pelear consigo mismo.»

Al igual que Lipsky, Ray había trabajado en la mayoría de las más importantes compañías independientes: Island, New Yorker, Goldwyn, Alive y Avenue. ¿El lado positivo de estos dos socios? Ninguno lo hacía por dinero; los dos llevaron hasta bien entrados los años noventa la pura llama azul de la pasión que ardía en los jóvenes directores de los setenta y los ochenta. Conocían la distribución y el márketing como la palma de la mano. Lipsky y Ray también compartían el mismo gusto por películas más difíciles, raras y peligrosas que las de sus competidores. Lipsky, por ejemplo, había comprado para Goldwyn la sombría *Sid y Nancy*, de Alex Cox. «Optimista» y «provida» eran dos malas palabras en su diccionario, y estaban ansiosos por correr riesgos con películas que, para la mayoría, no tenían la más remota posibilidad en las taquillas. Como cuenta Ray: «Siempre quise que fuésemos capaces de probar cosas no necesariamente viables desde un punto de vista comercial. No soy un vanguardista; conozco la diferencia entre algo auténticamente experimental y algo básicamente convencional, pero quiero pensar que en el medio hay un punto, una zona más cómoda para la que existe un público. Puede no ser la más amplia ni la más lucrativa, pero para mí las recompensas que ofrece son las mejores.»

El inconveniente era que los dos conocían al dedillo la distribución y el márketing, es decir, que en lugar de complementarse, sus capacidades se solapaban. Con sus tremendos egos, eran dos carpas en la misma pecera llena de pececitos de colores. De cara a la galería se presentaban como dos amigos un poco libertinos y una pasión compartida por los Mets. No obstante, si sus capacidades eran las mismas, las personalidades no lo eran. Formaban una extraña pareja: Ray era Oscar y Lipsky era Felix. Lipsky era compulsivo. Todo tenía que estar en su lugar. Se levantaba a las cinco de la mañana y se acostaba temprano. Ray era el polo opuesto; se iba a dormir tarde y se levantaba tarde. Aparte de eso, se había pasado buena parte de su vida profesional a la sombra de Lipsky y, como el tiempo se encargaría de demostrar, estaba listo para ocupar su lugar al sol.

En aquellos tiempos nadie hacía un gran negocio distribuyendo

películas independientes, y ni Lipsky ni Ray tenían fondos propios. El 1 de marzo de 1991 comenzaron a trabajar instalados en la casa estilo rancho de Lipsky, ubicada en Haseltime Avenue, Sherman Oaks. Ray hacía el largo trayecto en coche todos los días, desde Venice, enfilando por la 405 hasta el Valle de San Fernando. Cuando llegaba, golpeaba a la puerta y esperaba que Lipsky, que se negaba a darle una llave, lo hiciera pasar. El comedor de Lipsky le hacía las veces de despacho. En la silla siempre encontraba las notas de la mañana: «De: Jeff», «a: Bingham», y «Re:» esto o lo otro, y todo este numerito a pesar de que los dos se sentaban a la misma mesa. Ray se las ingenió para conseguir unas oficinas gracias a un amigo de Republic Home Video, pero estaban cerca del aeropuerto, es decir, más cerca de su casa que de la de Lipsky, y éste se negó a mudarse. Dice Ray: «Jeff tiene un talento extraordinario. Participó en la distribución de docenas de películas taquilleras, y eso es algo que no sucede por casualidad. Pero es dogmático como él solo. Sólo había una manera de hacer las cosas y era *su* manera de hacer las cosas. Sólo había una vez, y era la vez de Jeff. Y tenía que ser en su casa, todo era el jodido espectáculo de Jeff. Yo sólo iba de acompañante.»

Tener la sede en casa de Lipsky era duro para los dos. Un lunes, Ray descubrió al llegar que habían desaparecido la mitad de los muebles. «¿Qué coño ha pasado con los muebles?» Y Lipsky contestó: «Oh, un amigo se ha instalado en la ciudad. Le dimos la mitad de las mesas y las sillas.» Pocos días más tarde descubrió que la mujer de Lipsky se había largado, llevándose con ella su parte de los muebles. Para empezar, Lipsky era un tipo bastante «acorazado» y la presión empezaba a poder con él, manifestándose en síntomas histéricos. Recuerda Ray que una vez «Jeff entró realmente alterado, se tapaba los ojos con las manos y gritaba: "¡No veo! ¡Me he quedado ciego!" Tenía un ataque de pánico; le dije: "¿Qué demonios estás haciendo?" Por supuesto, a los veinte minutos ya se le había pasado». Cuando ese día Ray llegó a casa después del trabajo, su mujer le preguntó: «¿Qué tal el día, cariño?» Y él respondió: «Bah. Hoy Jeff se ha quedado ciego.»

En otra ocasión, Lipsky y Ray se pusieron a darle coba a Bob

Laemmle durante el almuerzo en un restaurante italiano de moda del bulevar Santa Monica. Laemmle era una especie de oso cuya familia había sido propietaria de salas de cine desde el comienzo de los tiempos y, por consiguiente, una clave para el éxito de la nueva empresa. Lipsky y Ray querían a toda costa causarle buena impresión: «Esto es lo que somos. Nuestra primera película es *La vida es dulce»*, etcétera. Pero, a mitad de la comida, Lipsky se quedó callado. «Jeff dejó de hablar», recuerda Ray. «Miraba fijamente el plato. Bob y yo nos miramos como diciendo: "Eh, Jeff, ¿estás bien?" Pero nada, no dijo nada sobre ese extraño comportamiento. El almuerzo se hizo interminable, yo no sabía qué hacer.» Terminada la comida los dos socios subieron al Thunderbird 1986 azul de Lipsky. «Jeff se puso a conducir como un loco, agarrando con tanta fuerza el volante, que tenía los nudillos blancos. Me sentía como en una escena de *Contra el imperio de la droga»,* prosigue Ray. Incapaz de contenerse, al final estalló y se puso a gritar: «¿Qué demonios te pasa? ¿Cómo pudiste pasarte casi una hora sin hablar? Bob Laemmle debe de pensar que somos dos perdedores de mierda, lo has echado todo a perder.» Lipsky iba poniéndose cada vez más rojo, un auténtico pimiento morrón. Soltando con esfuerzo una palabra por vez, dijo: «Es que... ahora... por dentro... estoy... desangrándome. Me muero.» Y haciendo una pausa para respirar, continuó: «Estaba... tragando... vidrio... en ese... restaurante, por eso... no decía nada. Pusieron... cristales rotos... en el plato. Y ahora vamos a urgencias de Cedars Sinai.» Y le enseñó a Ray el «vidrio», que llevaba para enseñárselo a los médicos. Ray lo miró de cerca y dijo: «Jeff, eso no es vidrio, es pasta seca, es un trozo del borde de la lasaña.» Dieron media vuelta y volvieron por la colina; veinticinco minutos después, Lipsky ya estaba bien. «Voy a ser muy amable», dice Ray; «voy a decir que Jeff es un auténtico excéntrico compulsivo en lugar de decir simplemente que es un loco de atar.»

En 1990 el suelo ya estaba cubierto por la basura dejada por la quiebra de las distribuidoras que habían tropezado alegremente en el camino de la producción. Lipsky y Ray montaron una empresa que renunciaba castamente a hacer películas. «No pensábamos cometer

el mismo error que todos los demás, sólo queríamos ocuparnos de nuestro negocio», dice Lipsky. «En la cumbre había gente que en ese momento estaba forrada y cometía una insensatez tras otra, como filmar películas, y estaban también los que se alimentaban de las sobras, los que nunca tendrían los recursos para comprar las películas que querían comprar. Pero faltaba la zona intermedia, y ése fue el hueco que pretendimos llenar.»

Lipsky y Ray intentaron recaudar medio millón de dólares para u n estreno excepcional de *La vida es dulce* y siete millones para capitalizar la nueva empresa, bautizada October, por el clásico de Eisenstein, y por los cumpleaños de ambos, que caían en octubre. Lo primero lo consiguieron; lo segundo, no. En la industria del cine, cuando se trata de recaudar fondos, a veces se tiene la impresión de que todos los caminos conducen a la inversora de Allen & Co. Tras muchas idas y venidas, Lipsky y Ray terminaron, efectivamente, llamando a esa puerta con el sombrero en la mano. «Yo nunca había sido empresario y no sabía una mierda de Allen & Co.», dice Lipsky. «Leyeron el proyecto y dijeron: "Nos caéis muy bien, pero os falta la experiencia empresarial del día a día. Manteneos en contacto, muchachos."»

Los pocos centavos que a duras penas Ray y Lipsky habían conseguido reunir se esfumaron. Estaban que echaban humo. Con treinta años de experiencia entre los dos, los socios habían confiado en que, para el Festival de Cannes, habrían juntado el dinero que necesitaban. Pero Cannes vino y se fue, y no tuvieron nada que enseñar pese a todos sus esfuerzos. Una sofocante tarde de verano, en esa atmósfera de pesimismo, sonó el teléfono en casa de Lipsky. Era Amir Malin, que quería hablar con Ray. Malin había trabajado una breve temporada en Cinecom, la empresa suya y de Deutchman, antes de irse a Goldwyn. Malin no era el hombre favorito de October.

De hecho, no parecía ser el hombre favorito de nadie. Sus detractores lo acusaban –con razón o no– de obligar a sus socios, Deutchman y John Ives, a marcharse y de destrozar una próspera empresa antes de que el nuevo propietario lo apartara del cargo. En Cinecom, Malin era el enterado. Parecía satisfecho moviéndose en la

sombra, y demostró ser un poco brujo a la hora de sacar dinero de tratos secundarios. Dice Michael Barker, de Sony Classics: «En el mundillo independiente, Amir fue el primero que vio el valor de la televisión y el vídeo, cómo los mercados secundarios podían ser un motor más apropiado que las salas de cine, y comprendió que los archivos constituían el verdadero valor de la empresa.» Sin embargo, cuando otro –Deutchman, para ser exactos– le robó la cámara y empezó a codearse con los directores y a quedarse con todo el mérito, Malin, aunque nunca lo admita, se puso celoso, se sintió herido y se enfadó. En otras palabras, no podía decidir si era Bob o Harvey. Daba la impresión de querer parecer más pequeño que la vida, pero es probable que por dentro se sintiera más grande, es decir, un Bob Weinstein, con un Harvey interior luchando por salir a la superficie.

Bart Walker, antes vicepresidente ejecutivo de Cinecom y ahora agente en ICM, cuenta: «Siempre consideré a Amir una persona buena y decente, y nuestra relación comercial tiene un lado personal. Es muy inteligente y he aprendido mucho de él, pero muchos de los problemas de nuestra empresa eran producto de su hermetismo, cualidad que él cultivaba. Podía ser un artista cuando se trataba de hacer que la gente se sintiera incómoda, y estupendo a la hora de negociar, pero un gran problema para dirigir una pequeña empresa.»

Entre algunos antiguos colegas, Malin tenía fama de ser algo menos que franco. John Shestack, que años más tarde trabajó para él como jefe de producción de Artisan, dice: «Básicamente, todos los que tratan con él terminan lamentándolo. La verdad es sólo una herramienta más en su caja de herramientas, y él sólo la usa de vez en cuando, cuando le conviene. Podían ser pequeñeces, pero con el tiempo se iban sumando. Mentía para hacerte sentir mal. Por ejemplo, de un guión podía decir: "Lo leí y me ha decepcionado mucho; si no puedes arreglarlo, buscaré a alguien que sepa hacerlo." Pero lo decía sin haberlo leído. Luego, si alguien quería comprarlo, decía: "No, nos lo quedamos nosotros."

»"¿Por qué vamos a guardarlo? Creí que no te gustaba."

»"No es eso. Me gusta, en serio. Es la única película que quiero

hacer."

»"Mira, éste es el mensaje en que dijiste que te parecía horrible, que te había decepcionado. ¿Qué me dices ahora?"

»Pero él no contestaba. Creaba una atmósfera de miedo.»

Shestack lo llamó «Malach Hamavet», que en hebreo significa «Ángel de la Muerte».

Algunos directores y productores dijeron que tenían problemas para cobrar lo que creían que les debían. El gran éxito de Cinecom fue *Una habitación con vistas*, de Merchant/Ivory, en 1985. Director y productor observaron, en palabras de Ivory, que «el dinero que personalmente ganamos con nuestro porcentaje en la película llegó siempre de Europa e Inglaterra, nunca de los Estados Unidos». Merchant mete cuchara: «Cuando llamábamos al contable de Cinecom, nos daba toda clase de excusas: que se le había muerto el tío, que tenía a alguien muy grave en el hospital, etcétera. Hasta que dijimos: "Muy bien, enviaremos a los auditores."» Cuando la película alcanzó los veinte millones, dicen que Malin les envió un reloj carísimo de Tiffany's. Según ellos, imputó el gasto en el presupuesto de la película, de modo que, en realidad, fueron ellos los que pagaron el regalo. También dicen que Malin cargó en el presupuesto varios trajes de Armani, alegando que eran gastos en los que había incurrido para asistir a la ceremonia de los Oscar tras la nominación de la película. Una vez, Merchant e Ivory se lo encontraron por casualidad en un vuelo a Los Ángeles. No hay nada como un vuelo comercial para que la economía de la industria quede más clara que el agua. Malin viajaba en primera clase; Ivory y Merchant, en turista. Entre burlas y veras, Merchant le espetó: «Podría matarte.» Y ahora dice: «Todo lo que hacen lo financian con el dinero de los productores y directores. Los distribuidores gastan trajes de Armani y se compran enormes despachos con el dinero que gana una película, pero los hombres de negocios que crean esas compañías no sienten devoción por ella. Sólo les preocupa cuánto dinero pueden embolsarse. Y eso se aplica sin duda a Amir Malin. Destrozó totalmente esa empresa que había prosperado tanto.» Y concluye Ivory: «Dejamos de hacer películas con él.»

«No recuerdo haberles enviado un reloj de Tiffany's. Y no sé nada

de trajes de Armani, yo no cargo mi ropa en el presupuesto, no juego con los informes de gastos, eso es pura invención», replica Malin. «Si había problemas con la contabilidad, habrían litigado. Lo que sí recuerdo es que un día Ismail entró en mi despacho con un regalo para mí, una hermosa foto suya, enmarcada, en la que también aparecíamos Denholm Elliott y yo, tomada durante un desayuno almuerzo en el Plaza, cuando celebramos que *Una habitación con vistas* había batido el récord de taquillas en el Paris Theater. Le di las gracias, y un par de días más tarde recibimos la factura de la foto y el marco.» Añade Walker: «Yo nunca diría que Amir Malin llevó a Cinecom a la quiebra. Era como un hijo para él, y estaba muy comprometido con su supervivencia. Tampoco creo que le diera una puñalada trapera a Deutchman. Por lo que yo vi, fue Stephen Swid, el que sucedió a Amir en el puesto de director ejecutivo, quien tomó esa decisión.»

Richard Abramowitz empezó en Cinecom en 1983, en el departamento de ventas, y se marchó ocho años y medio después, en 1992. «Todos los años que pasé en Cinecom fui el único defensor de Amir dentro de la empresa», dice. «Solíamos almorzar juntos, pero a medida que pasaba el tiempo mi visión de Amir mejoraba. Decíamos que era el póster mismo del antisemitismo. No me gustaría que fuera por ahí diciendo: Oh, sí, eso es un judío. Era como: Haz algo, nos estás haciendo quedar mal a todos. Amir reflejaba la mayoría de las características estereotipadas que son más penosas para los que nos preocupa la manera como son percibidos los judíos. Siempre tuvimos la impresión de que para Amir no había nada parecido a una negociación en la que todos salen ganando. Él quería ganar y humillar. Sólo consideraba que había ganado si conseguía hasta el último centavo. La gente me decía: "¡Es el demonio!" Y yo lo defendía diciendo: "No es el demonio; le atribuís demasiado mérito." El demonio tiene cierta magnitud. Tampoco comparamos a todo el mundo con Hitler. Amir no es lo bastante importante para ser el diablo. No es más que un imbécil.»

Con todo, tanto Lipsky como Ray sabían que necesitaban un tipo con experiencia en los negocios. Malin había convencido a los acreedores de Cinecom de que era la persona idónea para gestionar

el único activo importante, el archivo de películas. Según Ray, Malin le dijo: «Creo que lo que hacéis es magnífico. Yo me estoy ocupando del fondo de Cinecom, tengo acceso al dinero. Vosotros no hacéis ventas secundarias y eso es precisamente lo que yo hago. ¿Por qué no hablamos de asociarnos?» Ray no paraba de caminar y fumar, de fumar y caminar, diciendo: «No sé, no sé.» Ni siquiera soportaba la voz de Malin; pero, para Lipsky, los rumores que corrían sobre Malin no eran más que eso, rumores. Él y Ray parecían dos mirones de pie al borde del camino, contemplando boquiabiertos un choque en cadena. Pensaban que a ellos eso no podía ocurrirles. Ray se dijo a sí mismo: Éste podría ser un medio para conseguir un fin. Si nos lleva al nivel que necesitamos para una nueva ronda de negociaciones con Allen & Co., podría no ser una mala jugada. Lipsky rompió el silencio y dijo: «Volemos a Nueva York y veamos qué tiene que decir.»

Mi pie izquierdo se estrenó en noviembre de 1989, y *Cinema Paradiso*, a finales de diciembre, a tiempo para que la Academia las tuviera en consideración para los Oscar. En el *New York Times,* Vincent Canby puso por los suelos la película de Tornatore y la comparó con un mal episodio de *Growing Pains*, la serie televisiva creada por Neal Marlens. No obstante, Harvey siguió aferrado a la película y la convirtió en un gran éxito en un momento en que muy pocos filmes italianos, por no decir ninguno, llegaban a estrenarse en los Estados Unidos.

Cuando fue evidente que tanto *Mi pie izquierdo* como *Cinema Paradiso* reportarían importantes ganancias a Miramax, Harvey y Bob compraron a los productores con ofertas que éstos difícilmente podían rechazar. Los hermanos les dijeron que les darían dinero en el acto, tal vez para la financiación de otra película, y quién sabe cuánto conseguiréis más tarde. Puede que nada, puede que cambiemos de opinión. La estrategia funcionó.

Cuando llegó la hora de los Oscar, *Cinema Paradiso* consiguió

incluso una nominación a la mejor película extranjera. Miramax se vio de pronto en la envidiable posición de obtener, ese año, seis nominaciones adicionales, cinco por *Mi pie izquierdo* y una al mejor guión original, para Soderbergh.

Las empresas estaban comenzando a enviar cintas de muestra a los miembros de la Academia, una práctica que allanó el campo de juego. «Las cintas fueron las responsables del éxito de *Mi pie izquierdo»*, dice Weinstein. «No teníamos dinero para organizar una proyección tras otra, para llenar autobuses y dar fiestas por todo lo alto. Eso nos dio paridad.» Las campañas de Harvey dependían en gran parte de las apariciones personales de las figuras principales. Convenció al director Jim Sheridan y al productor Noel Pearson para que se instalaran en Los Ángeles y trabajaran en la red «veteranos de Hollywood», cuyos votos tanto pesaban en el resultado de los premios de la Academia. Pearson, en particular, los sedujo a todos con una incesante ronda de desayunos y almuerzos individuales, rematada con cenas dadas por pilares de la comunidad irlandesa de Hollywood, como Gene Kelly y Carroll O'Connor. Las cenas pasaron a ser artículos de consumo en las revistas especializadas y las columnas de cotilleos –Army Archerd, George Christy y Liz Smith–, lo cual, a su vez, generó un considerable boca a boca e hizo incluso que Day-Lewis declarase en el Senado a favor de la Ley de Discapacitados. (Los críticos atacaron diciendo que se trataba de una maniobra para conseguir un Oscar, pero, según Weinstein, en ese momento el jurado ya había votado.)

Los hermanos no fueron los primeros en emplear estas técnicas. Los estudios siempre habían conseguido que los famosos dieran en sus casas de Bel Air y Brentwood cenas exclusivas seguidas de proyecciones de candidatos a los Oscar, pero nadie había pensado hacer lo mismo con los independientes y las películas extranjeras hasta que Miramax lo hizo, y sin piedad. «En aquellos días, los estudios tenían asegurados los Oscar porque ningún independiente hacía campañas agresivas», dice Weinstein. «Lo único que hicimos para cambiar las reglas fue iniciar una guerra de guerrillas, en lugar de simplemente aguantarnos y dejar que nos pasaran por encima sólo porque alguien tenía más dinero, más poder, más influencia.»

Recuerda el ex publicista Mark Urman: «Hay que organizar actividades sociales nocturnas donde el tráfico de influencias puede tener lugar como algo totalmente natural e inocente. Más boca a boca.» Tales reuniones eran especialmente útiles para presentar a los actores y directores extranjeros, que no formaban parte de la comunidad. Miramax también exportó la práctica «comer, saludar, proyectar» al extranjero, a Londres y Roma, a cualquier lugar que fuese un foco de miembros de la Academia.

Prosigue Urman, que trabajó en varias campañas de Miramax: «Creían que se podía ganar un Oscar por un solo voto, por lo cual no les parecía demasiado difícil seducir a un votante. Organizan más proyecciones que nadie, y en más lugares. Montan pases en la Motion Picture Retirement Home, sí, en la residencia, porque ahí viven miembros de la Academia, aunque estén en cuidados intensivos. Averiguan dónde veranea la gente en la semana entre Navidad y Año Nuevo, y si se enteran de que en Aspen, organizan proyecciones en Aspen. Y si es en Hawai, lo hacen en Hawai. Llegaron incluso a ir a ver a algunos a su propia casa. Y ahora que a las compañías no se les permite hacer eso, contratan hasta a la última persona dispuesta a trabajar para ellos. Ésos son los que les hacen el trabajo. Muchas de esas personas forman parte de la vieja clase dirigente de Hollywood; las cincuenta y dos semanas del año no tienen nada que ver con una película estilo Miramax, pero conocen a miembros de la Academia y durante la temporada de los Oscar hacen y dicen lo que Miramax les dice que hagan y digan.

»Si era importante conseguir nominaciones al mejor maquillaje o a la mejor banda sonora o algo por el estilo, además de las nominaciones más obvias –mejor director, mejor película, mejor actor, mejor guión–, podían, por ejemplo, alardear de diez nominaciones en lugar de siete, examinaban la lista de los miembros en una especialidad y ponían la directa. Se sentaban a jugar a los seis grados de separación: "¿A quién conoces que sepa cómo llegar a tal persona?"» Harvey se ocupaba personalmente de las llamadas telefónicas. Más tarde, cuando Miramax creció y él comenzó a financiar películas, podía hablar por teléfono con un director o un

actor y decir cosas como: «Me encantaría trabajar contigo en el futuro. ¿No crees que *El piano* es una gran película?»

Pero Daniel Day-Lewis era un problema. Hijo de Cecil DayLewis, poeta laureado de Inglaterra, se tomaba a sí mismo realmente en serio. En el plató no se salía del personaje, no comía con la mano. El copresidente de Miramax se las vio y se las deseó para conseguir que hiciera algo de promoción. Dijo Weinstein: «Estoy rodeado de personas que nunca oyen la verdad. Están increíblemente aisladas. Les besan el culo todos los días. Es el caso de Daniel Day-Lewis. "Sí, señor Lewis. No, señor Lewis. Señoría. Su Alteza. Su esto, su aquello." ¿Así cómo va a poder juzgar algo?... Siempre le digo que terminará en el teatro regional de Irlanda con su Oscar, diciendo: "Una vez fui famoso..."» A Harvey le encanta citar a Day-Lewis; según él, el actor dijo: «Sólo hay una parte de ti que funciona, la habilidad de escoger guiones y de escoger películas. Por lo demás, como persona eres un absoluto desastre.»

Trabajar día a día con los Weinstein, en Nueva York, había agotado a Brantley como les había ocurrido a los demás; le había implorado a Harvey que la dejase trabajar desde los despachos de Londres, una elegante casa en Redburn Street, Chelsea, entre el río y Kings Road. Una de sus obligaciones era hacer de niñera de Day-Lewis, que se encariñó de ella. Para el actor, Brantley era la persona normal de esa demencial empresa. Harvey nunca habría entrado en Granada si ella no le hubiese abierto las puertas, y en cierto modo había olvidado recompensarla con una prima. No sin vacilar, aceptó finalmente enviarla a Los Ángeles y pagarle la cuenta del hotel, pero dijo: «Alie, yo no puedo conseguirte una entrada.» Ella respondió: «No te preocupes, Harvey. Ya me buscaré una.» En cuanto lo dijo, Day-Lewis le dio la entrada que le sobraba. Cuando Brantley llegó a Los Ángeles recibió una llamada de Christina Kounelias, publicista de Miramax: «Eh, Harvey quiere hablar contigo.» Brantley, que se había quedado atónita al ver que la entrada era para una butaca en primera fila, junto a DayLewis, no pudo evitar recordar que Harvey se había negado a dejarla sentar junto a Soderbergh en la ceremonia de clausura en Cannes, y comprendió enseguida que su jefe quería sentarse con el nominado. Brantley respondió: «Que me

aspen si cree que voy a darle esta entrada.» Pero, indiscreta, le había revelado las intenciones de Harvey a Noel Pearson, el productor de *Mi pie izquierdo*, y Harvey se enteró. Y se puso furioso. Los empleados de Miramax se reunieron en el Beverly Hills Hotel el día siguiente a mediodía. Harvey llamó a Brantley gritando: «Te ordeno que vengas inmediatamente a esta reunión.» Brantley pensó: Oh, mierda. No pienso ir a esa reunión con esta entrada en el bolso. Voy a ir a mi hotel a guardarla bajo llave. Se imaginaba a Harvey revolviéndole el bolso y diciendo: «¿Dónde está esa entrada?»

Veinte minutos más tarde, Brantley entró en la suite de Miramax. Para su pesar, observó que estaban presentes todos los empleados de cierta importancia. Había esperado que vinieran de uno en uno, pero nunca había imaginado que la pondrían delante de todos. Y pensó: Harvey sólo está tratando de asustarme. Bob se acercó a ella, la rodeó con el brazo y dijo: «Fue una verdadera tontería lo que le dijiste a Noel. Has sido estúpida o desleal. ¿Qué eliges?» Brantley pensó: Esto se parece a la mafia. Pero, como no quería más problemas, dijo, con un hilo de voz: «Oh, creo que fue una verdadera estupidez.» Justo en ese momento sonó el teléfono. Era Tom Pollock, jefe de Universal. Harvey contestó, puso voz de estar hablando con alguien importante y después de colgar dijo: «En Universal despiden a la gente por mucho menos.» Bob la abrazó otra vez y la acompañó a la puerta. Era espantoso cuando era amable. Y Brantley pensó: Esto es de terror. En ese momento realmente esperaba que le dijera: «Alie, estás acabada.» No lo dijo, pero Brantley recuerda: «En el fondo de mi alma sabía que tenía los días contados. Nadie le planta cara a Harvey.» En la habitación nadie dijo una palabra en su defensa. «Se quedaron sentados, mirando, como en el circo», añade Brantley. «Ahora, cuando recuerdo ese momento, lamento no haber dicho "¡A la mierda!" y haberme largado. Para mí, trabajar para ellos... No nos habían educado para ser así. Éramos sureños.» Brantley nunca le dio la entrada: «Fui a la ceremonia, me senté al lado de Daniel y fue estupendo.»

Es posible que Harvey no consiguiera su butaca en primera fila junto a Day-Lewis en la ceremonia de marzo, pero el resultado fue

un gran consuelo. Day-Lewis se llevó la estatuilla al mejor actor, Brenda Fricker fue la mejor actriz secundaria y *Cinema Paradiso* la mejor película extranjera: tres Oscar para Miramax. Los premios aumentaron el valor de las películas en los mercados extranjeros y en los futuros mercados secundarios, consolidaron la marca y dieron aureola de verdad a la promesa de Harvey de conseguirles un Oscar a sus actores, lo cual le ayudó a mejorar las adquisiciones. Cuando *Mi pie izquierdo* bajó de cartel, lo hizo con una recaudación de 14,7 millones de dólares; de hecho, 1989 fue un *annus mirabilis* para Miramax. En palabras de Bob: «En 1989 la armamos.»

Los Weinstein hicieron que *Escándalo, Sexo, mentiras y cintas de vídeo* y *Cinema Paradiso* durasen hasta 1990. *Cinema Paradiso* se estrenó en febrero. Recuerda Mark Tusk, ex ejecutivo de compras de Miramax: «Fue un experimento. Bob dijo: "¿Por qué promocionarla como una película de arte y ensayo? ¿Por qué no como una película de género? ¿Por qué no anunciarla por televisión, estrenarla en quinientas salas, en setecientas salas, lo que sea." Sin ayuda de nadie, la metieron en salas donde nunca habían proyectado películas subtituladas.»

Los hermanos tenían talento para escoger películas extranjeras con posibilidades, películas que Miriam, que a menudo los acompañaba a las proyecciones, y sus amigos pagarían por ver. Como dice Bernardo Bertolucci, que años más tarde tendría ocasión de bailar con Harvey: «Las películas italianas en particular son muy, muy sentimentales. Harvey es de natural violento, y cuando ve una película le gusta poder ponerse delante de un espejo y decir: "¡Mirad, ahí hay una lágrima!"»

La reserva de los Weinstein contenía desde películas abiertamente sentimentales hasta otras auténticamente osadas. La teoría decía que había que coger cualquier cosa que provocara una reacción, positiva o negativa –como *El cocinero, el ladrón, su mujer y su amante*, durante cuya producción en el Festival de Toronto la mitad del público abandonó la sala. Lo importante era que no fuese aburrida. *El cocinero, el ladrón, su mujer y su amante*, violento y erótico ataque, rezumante de humor negro, contra los estragos del thatcherismo, era cualquier cosa menos aburrida. Harvey quería que

Greenaway cortase la película, y le dio veintisiete páginas de notas para ayudarlo. Greenaway pensaba hacer caso omiso de la petición de Weinstein cuando el copresidente de Miramax lo llamó para comunicarle que estaba tan contrariado por el artículo de Elliott Stein, que ya no necesitaba cortar la película. No le fue mal a *El cocinero;* recaudó 7,7 millones, y Miramax, que sólo había pagado seiscientos veinticinco mil dólares por la película, obtuvo también pingües beneficios en vídeo.

Según Kees Kasander, el productor neerlandés de Greenaway, Harvey pagó el anticipo y algunas modestas bonificaciones, pero ni él ni el director vieron jamás un centavo de los ingresos. Tras una auditoría, Kasander afirmó: «Nos debe como mínimo un millón de dólares, pero habría costado más conseguir que nos pagara ese dinero. Eso se convirtió en un gran problema para nuestra empresa.»

Harvey dice que la película fue «un modesto éxito, no lo bastante grande para tener superávit. No tenían participación porque les faltaba una larga trayectoria. Contrataron a una importante empresa de auditores, pero nunca nos remitieron el informe. Eso, por lo visto, indicaba que la auditoría no arrojó como resultado ninguna deuda importante. ¿Que Kasander demostró que le debíamos un millón y que voluntariamente desistió de llevárselo, sabiendo que se lo debíamos? ¡Y una mierda!».

Alentada por el éxito, Miramax había crecido hasta tal punto que las oficinas de la calle Cuarenta y ocho se parecían al metro en hora punta. En febrero de 1990 se mudaron al suroeste, al flamante y elegante Tribeca Film Center, de Robert De Niro, en la esquina de Greenwich y Franklin. El despacho de Harvey era pequeño: el inevitable monitor junto a pilas de cintas de vídeo, instantáneas de Eve, de sus padres y una de sus pertenencias más preciadas: una foto de él y Bob junto a Keith Hernandez, el primer jugador de base de los Mets All-Star. Las intermitentes dietas de Harvey eran hasta cierto punto un permiso para comer más comida basura. La manera de comer de Harvey debía de tener un componente de odio a sí mismo. De vez en cuando bajaba la guardia. Una vez se quejó a Steve Earnhart, que trabajaba en posproducción: «Parezco un

asqueroso hipopótamo, Earnhart.» Con todo, no cejó. Si iba de camino a recoger a Eve para asistir a un pase o a una fiesta, haciendo uso del servicio de automóviles de la empresa, sacaba del bolsillo un sándwich de atún y mascullaba: «Esta noche Eve me descubrirá, por el aliento, pero no me importa», y se pulía el sándwich en dos bocados antes de encenderse un cigarrillo para disimular el olor.

Claramente apremiado por Eve, contrató a un entrenador personal. Se cuenta que al principio le dijo: «Será mejor que venga todos los días. Tenga mil dólares, es un anticipo, y no haga caso de lo que diga. Hágame hacer ejercicio.» El entrenador se presentó, como estaba previsto, a la hora fijada. Harvey, al teléfono, lo hizo esperar, esperar. Por último, el entrenador pudo acceder al sanctasanctórum y dijo: «Bueno, empecemos.» Harvey le dijo: «Ahora no tengo tiempo; tenga cincuenta dólares y salga ahora mismo de mi despacho. Vuelva mañana.» Pero, al otro día, más de lo mismo. Y así día tras día, semana tras semana. Hasta que el hombre se dio por vencido.

Los Weinstein estaban cansados de vivir al límite, poniendo en peligro toda la empresa cada vez que estrenaban una película. Sabían que estaban en un negocio de capital intensivo y que, para triunfar, necesitaban disponer de más dinero. Además, el Chase Bank no dejaba de presionarlos para que hicieran las cosas como Dios manda. Un camino era salir a bolsa, pero ellos desconfiaban. «Fuimos a una de esas agencias de Allen & Co. en Sun Valley», recuerda Harvey. «Te sientan en un despacho con cuarenta tipos, cuarenta analistas, y te bombardean con preguntas. Si tus ganancias no aumentan un quince por ciento cada año, se te lanzan encima. Pero el negocio del cine es voluble. Qué dirían si consiguiéramos otra *Mi pie izquierdo*, alguna película rara. Y les dijimos: "Eh, nosotros no vamos a salir al mercado." Después de mi madre, eso era lo único que nos daba pánico.»

Allen & Co. los convenció de lo contrario. Con las ganancias de *Escándalo, Sexo, mentiras y cintas de vídeo, Mi pie izquierdo* y *Cinema Paradiso*, comprendieron que era entonces o nunca. Sin embargo, el antiguo director financiero, cuyo trabajo habría sido

manejar la oferta por parte de Miramax, parecía haber desaparecido. John Schmidt, el nuevo director financiero, se hizo cargo del asunto. Schmidt era un ejemplo de «contratación» de nuevas fuerzas. Hermano de Benno Schmidt, rector de Yale, tenía el pelo rojizo, una sonrisa indeleble y un sentido del humor que desarmaba. Su padre era amigo y socio de John Hay «Jock» Whitney. Schmidt llegó en la primavera de 1989. Como Mark Lipsky y Marty Zeidman antes que él, descubrió que el lugar era un absoluto desastre, especialmente la parte económica. «Miramax puede haber estado entonces a unos tres o seis meses del caos», dice. «Se había negociado la línea de crédito con el banco, pero no se había cerrado porque no había nadie con el cargo necesario para hacerlo, para recaudar los valores por cobrar de las salas de cine ni para gestionar el líquido de la empresa. ¿Cuál es el balance final? ¿Cuándo nos quedaremos sin dinero? ¿Cuánto dinero tendremos que pedir prestado dentro de un año? No tenían la menor idea.»

Con todo, a Schmidt le encantaba trabajar en Miramax, al menos al principio. «Había electricidad en el aire», recuerda. «Librábamos varias batallas en varios frentes nuevos a la vez. Cada día se inventaba algo. Tenían una mentalidad "nosotros-contra-ellos", muy divertida. Al final, cuando crecimos, ese "nosotros" pasó a ser más bien "Harvey y Bob", y "ellos", los empleados.»

Licenciado pocos años antes en Harvard Business School, Schmidt era honradísimo e idealista, pero también se daba cuenta de que limpiar su expediente sólo podía ser un buen negocio, necesario para llegar al siguiente nivel. «Les quise hacer ver, a Harvey y a Bob, que estábamos en un momento en que nuestra legitimidad como empresa independiente en crecimiento tenía que basarse en cierta manera de hacer negocios. Las películas eran muy visibles. Teníamos que pagar las participaciones y demostrarle a la gente que si venía a trabajar con nosotros, no lo lamentaría. Porque eso y no otra cosa era llegar al siguiente nivel.» Miramax pagó unos cuatro millones de dólares a los productores de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, y Harvey siempre ha alardeado de ello, utilizándolo como prueba de que, en efecto, Miramax cumplía su palabra. «Por lo general, si pagaban un superávit, una ganancia a un productor, lo hacían

porque querían hacerlo», prosigue Schmidt. De hecho, lo que en este caso querían eran legitimidad. Y añade: «No puedo decir que, abandonados a sus propios recursos, les hubieran jodido los superávits a los productores de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, porque tenían una participación –Harvey y Bob no podían jugar con eso–, pero la discusión siempre giraba en torno a: "Mira, vamos a hacer cinco o seis millones con esta película, debemos este dinero y esos chicos irán por ahí, hablando."» (Miramax lo niega.)

Por una razón similar, Schmidt trató de empujarlos a una OPA que habría permitido a los Weinstein ingresar treinta millones, y puede que hasta cuarenta, en nuevo capital y ampliar su capacidad de deuda; sin embargo, en cuanto compañía pública, los habría dejado expuestos al escrutinio, estableciendo así su legitimidad en la comunidad financiera, del mismo modo que lo hacía el pagar excedentes en la comunidad cinematográfica.

Al mismo tiempo, en un camino paralelo, Harvey y Bob hablaban con los estudios sobre la posibilidad de comprar la empresa. Si no les iba bien saliendo al mercado, querían un papaíto que les enviara dinero cuando lo necesitaran. Pero, en mitad de estas maniobras, el grifo de Miramax se secó tan repentinamente, como había comenzado. Tres producciones –*The Lemon Sisters, Strike It Rich* y *Animal Behavior*– se iniciaron de manera imprudente tras los primeros grandes éxitos de Miramax, y todas fueron un fracaso. Por irónico que pueda parecer, *Esperando a Mr. Bridge*, estrenada en noviembre de 1990, puede haber sido la película más taquillera de ese año, pues recaudó unos muy respetables 7,7 millones, y Joanne Woodward fue nominada a mejor actriz. Pero, como de costumbre, no fue suficiente. «New Line empezó a barrer con las *Tortugas Ninja»*, dice Schmidt. «El éxito de New Line, siempre un paso por delante de Miramax, los destrozó.» *Los timadores* más o menos recuperó los gastos; a *El cocinero, el ladrón, su mujer y su amante* le fue bien; *The Long Walk Home*, de Dick Pearce, recaudó 4,8 millones; *Átame*, de Pedro Almodóvar, 3,8 millones, mientras un par de películas para los críticos –*Ju Dou*, de Zhang Yimou, y *The Nasty Girl*, de Michael Verhoeven– hicieron dinero de bolsillo. Sin embargo, era larga la lista de calamidades –algo así como ocho seguidas en un

período particularmente negro, por ejemplo: *The Tall Guy*, que sólo recaudó 510.712 dólares; *American Dream*, 269.000, y *La increíble verdad*, de Hal Hartley, con apenas 546.541 dólares. *Crímenes de amor*, la segunda película de Lizzie Borden, se convirtió en un orificio de desagüe. La volvieron a escribir, a montar, a filmar, en fin, volvieron a hacerle de todo, pero en vano. Miramax entró en una depresión de dos años que, pese a algún éxito ocasional, condujo a la empresa al borde del precipicio.

En el corazón de las tinieblas del Instituto Sundance, Redford parecía estar a un paso de abandonar el proyecto. Sin embargo, no lo hizo, y merece reconocimiento por haber sobrellevado la crisis. Dice Edward Norton: «La gente da por sentado lo que significa mantener un esfuerzo mientras uno busca su camino. Los actores se juntan una y otra vez para formar compañías de teatro, y nunca duran, porque, por definición, los actores tienen que ocuparse solos de su carrera. No les importa empujar el camión cuesta arriba un rato, pero, cuando parece que quiere arrancar, abandonan. Seguir adelante no es la norma. Eso hay que reconocérselo a Redford.» Aunque parezca una ironía, fue el festival, al que había que arrastrar a Redford a gritos y a patadas, el que se convirtió en la cola que movía al perro y cambió la suerte del instituto. En palabras de Sydney Pollack: «Al principio era casi imposible apoyar a Sundance. El momento decisivo llegó cuando suplantó al US Film Festival.» Además de estar convirtiéndose en un poco común centro de beneficios, según Larry Estes, *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* lo transformó en «el lugar en que las películas llegaban de ninguna parte y se convertían en algo enorme». Primero con Tony Safford y luego con Geoff Gilmore, el festival demostró ser un contrapeso efectivo al conservadurismo del comité de selección del taller.

Si 1990 fue un muermo, en 1991, pese a celebrarse empañado por la guerra del Golfo, el festival empezó a recuperarse. Ese año marcó el décimo aniversario del instituto, y fue entonces cuando

pasó a conocerse oficialmente como Festival de Cine de Sundance. Gilmore, todavía buscando su camino, había permitido que Alberto Garcia volviese a programar el concurso, en el que participaron *Slacker*, de Rick Linklater; *Trust (Confía en mí)*, de Hal Hartley; *City of Hope,* de John Sayles; *Daughters of the Dust*, de Julie Dash; *Straight Out of Brooklyn*, de Matty Rich, y *Veneno*, de Todd Haynes, producida por Christine Vachon. De las dieciséis películas a concurso, casi la mitad se estrenaron.

Para *Veneno* era el momento perfecto, una estrecha ventana entre el hippioso Sundance del pasado y el teléfono móvil, el futuro de Sundance. Filmada en blanco y negro, sin estrellas, de contenido difícil, por no decir ofensivo, *Veneno* era una película formada por tres historias: una parodia de una película clase B de los años cincuenta, con «científico loco» incluido; un «documental» sobre la mayoría de edad en el que un niño de siete años mata a tiros a su padre, y un fragmento ambientado en una cárcel y basado en el *Milagro de la Rosa*, de Jean Genet. En palabras de Todd Haynes, *Veneno* «contiene humillaciones, malos tratos, un homoerotismo desenfadado y cierto nivel de lo que supongo que la gente llama masoquismo». Era un tema fuerte para el público de Sundance. La gente se marchó en manada en una escena en la que una pareja de prisioneros se escupían el uno al otro en la boca.

El jurado se inclinaba por *Confía en mí*, de Hartley, pero la periodista Karen Durbin hizo una vehemente defensa de *Veneno* y, para sorpresa de todo el mundo, la película de Haynes obtuvo el Gran Premio del Jurado. *Paris Is Burning*, la oda de Jennie Livingston al transexualismo, obtuvo el premio al mejor documental, toda una victoria para una miniola de transgresoras películas gays que pasó a llamarse de inmediato «New Queer Cinema».

El New Queer Cinema era un cine transgresor nacido en las llamas de la epidemia del sida. Como dice Haynes: «Entonces el sida era un asunto de vida o muerte. Muchos homosexuales querían que los aceptasen y los tratasen como a los demás, pero el sida lo hacía imposible; por lo tanto, no quedaba más remedio que alzarse y adoptar una posición más militante. Si tengo algún interés en ser gay, no es necesariamente para amoldarme y ser como todo el

mundo; me interesa reconocer lo inquietante que para el mundo puede ser la homosexualidad, y por eso me encanta Genet, que articuló el lado delictivo de la homosexualidad y se regodeó en él, en su condición de *outsider.*»

Poco a poco, la cultura cinematográfica de Sundance comenzó a disolverse. *Veneno* fue un hito en la historia del festival. Dice Gilmore: «El director regional que había sido el centro de lo que antes era el mundo independiente, perdió súbitamente importancia. Y se volvió a una tendencia Nueva York/Los Ángeles.» *Veneno* estaba a años luz de *Heartland*. Los incondicionales de los años ochenta, los políticamente correctos –los Glen Petries, los Gregory Navas, las Annick Smithterminaron barridos por un aluvión de películas hechas por una nueva cosecha de directores jóvenes, pendencieros e irreverentes. Sundance fue lo bastante listo para no perder ese tren. Se eliminó el requisito de presentar un guión terminado; los miembros del comité de selección, algunos de ellos antediluvianos, comenzarían a cambiar después de un año. Los tiempos estaban cambiando.

Haynes y Vachon fueron compañeros de estudios en Brown a finales de los años setenta. La Nueva Izquierda podría haberse perdido en la bruma de los tiempos, pero había dejado su impronta en la facultad de Brown, entonces un semillero de la teoría del cine deconstruccionista y de influencia marxista. Vachon no es de las que se quedan sentadas sin hacer nada, preguntando: «¿Dónde está el público gay aún no descubierto? ¿Dónde están las películas que presentan a gente como mis amigos y yo?» Como no las veían por ninguna parte, decidieron hacerlas ellos mismos. En primer lugar, Vachon dice: «No crecí siendo gay. Cuando llegué a la facultad, estaba de moda ser bisexual. Y todo el mundo era bisexual. Eso fue justo antes del sida, cuando aún imperaba la idea de que cuanto más "liberado" fueses en la sexualidad, tanto más enrollada y moderna eras. Pero tuve novios durante toda mi época de estudiante. Y hasta me casé. ¡Con un asqueroso! No salí del armario hasta bastante después de terminar los estudios.»

Después de licenciarse en Brown, Vachon, bajita y maciza, con el pelo negro cortado a lo paje, seria y de aspecto animado y decidido,

regresó a Nueva York, la ciudad en la que había crecido. En esa época, los directores de onda del centro de la ciudad, como Jim Jarmusch, Amos Poe, Eric Mitchell, Beth B, Lizzie Borden y Paul Morrissey orbitaban alrededor de los rockeros punk en el CBGB, en el Bowery. «Sentía que era un círculo cerrado, que yo estaba fuera y espiaba», prosigue Vachon. «Recuerdo que iba a las fiestas y me sentía totalmente amedrentada y desbordada por lo que veía, como si quisiera ser parte de ese círculo.» Gail, su hermana mayor, directora de películas experimentales, la llevaba a lugares como Collective for Living Cinema (en White Street, Tribeca), pero a Vachon le aburrían esas películas. «Eran increíblemente lentas y no tenían nada parecido a un argumento», dice. Y los amigos de su hermana la decepcionaron. «Eran muy moralistas», prosigue Vachon. «Sólo parecía haber dos posibilidades: o hacías esas películas experimentales sin argumento, declaraciones políticas a fuerza de ser lo menos entretenidas posible, o hacías asquerosas películas de Hollywood para New Line y te vendías. No había ningún punto medio.» De hecho, Vachon trabajó en un par de películas de bajo presupuesto de New Line, como *Demon Lover*, y como recompensa a sus esfuerzos sólo obtuvo condescendencia. «Yo sólo quería aprender cómo se hacían, pero esas películas se consideraban de poca categoría. Decían: "No está mal, pero si quieres hacer películas importantes, tienes que ir a trabajar gratis con Jim Jarmusch." Es probable que hubiese trabajado para él si hubiera tenido la oportunidad, pero para mí era mucho más importante mejorar de verdad y poder pagar el alquiler.»

Con todo, llegó a trabajar en algunas «películas importantes», como *Far from Poland*, de Jill Godmilow, y *Variety*, de Bette Gordon. Godmilow la presentó a Bill Sherwood, que en 1986 la contrató para trabajar en *Miradas en la despedida*. Vachon pasó dos años abriéndose camino, hasta pasar de segunda a primera asistenta de dirección, y nunca dejó de sentir que iba en contra de la red de veteranos. Ella empezó al mismo tiempo que el productor Ted Hope, con el que competía. «No me gustaba Hope», recuerda Vachon. «Para mí representaba un club de muchachos en el que yo no figuraba; Hope era un matón de hermandad universitaria. Tenía una

especie de arrogancia muy excluyente. Para ellos, alguien como yo terminaba enseguida etiquetada de puta.»

En el verano de 1987, Haynes, entonces en el programa MFA de Bard College, hizo una película titulada *Superstar: The Karen Carpenter Story*, con la ayuda de una beca del New York State Council on the Arts (NYSCA), que también financió parcialmente *Nola Darling*, de Spike Lee. *Superstar* contaba la historia de la decadencia y caída del icono del pop Karen Carpenter, que dejó una vida de normalidad hiperrealista para enfrentase a la enfermedad y la muerte, víctima de la fama y la anorexia. Lo genial de la película está en que Haynes utilizó muñecas Barbie para los personajes, explorando así los mecanismos de la identificación y del distanciamiento. A Vachon, que ayudó a Haynes a editar el sonido, le encantaba la película; más tarde, los críticos compararon a Haynes con David Lynch y John Waters por la manera irónica de husmear entre los iconos de la cultura pop. «Para mí esa película fue una epifanía», dice Vachon. «¡Eureka!, pensé. *Superstar* funciona fantásticamente a nivel intelectual; es provocadora, te hace pensar, y también es deliciosamente entretenida. Al final de la película, la gente está a punto de llorar mientras contempla la muerte de esa muñeca. Cada vez que la veo me estalla la cabeza, resume esa sensación de que era posible hacer una película tan provocadora y tan entretenida como *Superstar*. Ésa era la clase de películas que yo quería hacer.»

Superstar armó tanto revuelo que incluso desde CAA llamaron al joven director para decirle: «Hemos visto su película mientas almorzábamos; nos encantaría que fichara para nosotros.» Recuerda Haynes: «Pero todo el mundo había recibido el mensaje de que yo no necesitaba representación. Yo escribía mi propio material y vivía en Nueva York haciendo cosas raras con una mujer llamada Christine.»

Pese a su pedigrí brechtiano, *Superstar* fue un fracaso en la ciudad. Recuerda Vachon: «Todd estudiaba semiótica y artes en Brown, y quería que Ivonne Rainer y toda esa gente dijeran: "Oh, eres un gran cineasta; eres *cool*." Pero lo que dijeron fue: "¿Qué es esta mierda?" Cuando Todd intentó proyectar *Superstar* en Collective

for Living Cinema, se negaron a pasarla. ¡Porque era demasiado narrativa!»

Superstar se convirtió en una película de culto y le garantizó a Haynes la financiación de *Veneno*, su siguiente trabajo. En un momento en que toda la gloria era para el autor, en que todo el mundo buscaba la forma de ser director, Vachon prefería producir. A diferencia del mundo de los estudios, donde la maquinaria de financiación y distribución ya está en su lugar, los independientes tienen que inventar la rueda prácticamente con cada nueva película, y los productores desempeñan un papel mucho más importante. Prosigue Vachon: «Cuando el movimiento del cine independiente hervía en Nueva York, imperaba la sensación de que se podía hacer negocio, ya fuera vendiendo esas películas a distribuidores norteamericanos, a un representante como John Pierson o paseándolas de festival en festival, cerrando tratos para la siguiente película del director; de repente, la gente que tenía cierto olfato para los negocios vio un hueco.»

James Schamus, que acababa de terminar sus estudios en Berkeley, y trataba de imaginar qué hacer con su vida, fue a buscar a Vachon y Haynes. Les imploró un mendrugo, cualquier cosa. «¡Por favor, dejadme que os ayude! ¡Por favor!» Luciendo la que llegaría a ser su característica pajarita y unas gafas que le daban la apariencia de benévolo Peter Lorre, parecía un poco anómalo en el duro y revuelto mundillo del cine de Nueva York. Pero, como Haynes y Vachon, venía del enrarecido mundo de la semiótica del cine, hablaba el lenguaje del significado y el significante y, además, era aspirante a guionista. Dice Vachon: «Guiones o no, el verdadero primer amor de James era el arte de los tratos: cómo se cierra un trato, cómo se lee un contrato. Le entusiasma muchísimo la idea de vender los derechos norteamericanos de una película.» Y Vachon aceptó a Schamus como productor asociado.

En diciembre de 1990, Schamus formó equipo con Ted Hope, con quien creó Good Machine, que llegó a ser una de las tres compañías con base en Nueva York formadas por productores que se dedicaban a películas centradas en el director; las otras dos eran Killer Films, de Vachon, con Lauren Zalaznick, y The Shooting Gallery, de Larry

Meistrich. Cuando Schamus fue a Sundance con *Veneno*, Hope se quedó en casa, pensando: ¿Qué carajo es Sundance, qué se me ha perdido a mí en Sundance? «Fue entonces cuando Ang Lee entró en el despacho», recuerda ahora. Lee tenía dos becas del gobierno taiwanés, y cuando le preguntó a un amigo: «¿Quién podría producir una película gratis?», la respuesta fue: «Tienes que conocer a Ted Hope.» Y Hope le dijo: «Tienes que conocer a James Schamus.» El resto es historia, por decirlo de alguna manera. Schamus y Lee formaron un equipo de guionistas que produjo *El banquete de boda, Comer, beber, amar, La tormenta de hielo* y *Tigre y dragón*.

De algún modo *Veneno* se las ingenió para conseguir una ayuda del National Endowment for the Arts (NEA), y también dinero de la AFI y del NYSCA. Para el resto del presupuesto (unos trescientos mil dólares), Vachon siguió la legendaria ruta médico-dentista-familia.

En febrero, después de Sundance, Haynes, Vachon y Schamus llevaron *Veneno* al Festival de Cine de Berlín. Fue *la* película. Recuerda Haynes: «Christine y yo íbamos juntos a los festivales y todos hablaban del director de culto, del joven guay y marica de Nueva York. Yo era perfectamente consciente de que esa admiración no incluía a Christine.» Para su bochorno, Schamus, que en realidad no había producido la película, la eclipsó. La gente pululaba a su alrededor, lo felicitaba por el éxito de *Veneno*, ignorando a Vachon por ser mujer. Los derechos norteamericanos fueron para una pequeña empresa llamada Zeitgeist. «Con críticas estupendas, libertad para permanecer en las salas y un director dispuesto a ir a todas las ciudades de los Estados Unidos, se podía sacar hasta un millón de dólares», dice Vachon. «Y en esa época, el millón era el máximo al que se aspiraba para una película de arte y ensayo. Cuando recaudabas un millón, descorchabas una botella de champán. Recibí un cheque abultado, un poco menos de doscientos de los grandes, y lo envié a los inversores. Estuvo bien que lo hiciera porque ése fue el dinero que luego invirtieron en *Safe*, el siguiente filme de Todd. Él y yo ganamos un poco de dinero, pero éramos tan honrados, y estábamos tan agradecidos a los inversores, que no habíamos agregado pagos aplazados para nosotros. Yo aún todavía no me había puesto a pensar cómo ganar dinero produciendo.»

Aunque Vachon afirma que su deseo de producir *Veneno* «no tenía una motivación personal; no pensé nunca realmente en [el elemento gay]», la película consiguió conectar con un amplio público homosexual. «Incluso entonces fui lo bastante espabilada para afirmar que existía un mercado que nadie había sondeado. Gente que se pasaba miles de años sin ir a ver una película tan experimental, lo hicieron porque se enteraron de que en *Veneno* había sexo entre hombres. La mayoría salió del cine sintiendo algo así como: "¡Vaya, me he tragado toda la película para ver dos segundos de un polvo entre tíos!"»

Si ofender era efectivamente la intención de Haynes, lo consiguió. El NEA tuvo dificultades políticas a la hora de conseguirle una subvención. «Roger Ebert conoció a Todd en el Indie Spirit Awards en el que se castigó a *Veneno»*, recuerda Vachon. «Cuando Todd dijo: "Soy Todd Haynes", Roger dijo: "¿Quién diablos es Todd Haynes?" Y Todd dijo: "Yo dirigí *Veneno*." Literalmente, retiró la mano.»

A mediados del nuevo año, Miramax estaba dolorida. Si 1990 fue malo, 1991 fue peor. Exaltados con los dólares de 1989 y la línea de crédito del Chase Bank, los Weinstein se habían lanzado a comprar a lo loco y ahora estaban virtualmente sangrando estrenos. El filme más taquillero de 1991 fue *En la cama con Madonna*, que recaudó quince millones. Recuerda Eamonn Bowles, ex ejecutivo de Miramax: «Justo después de *En la cama con Madonna* estrenaron una lista de más o menos trece películas, algunas de ellas en muchas salas, pero todas fueron un fracaso. Es imposible sufrir esa clase de pérdidas y no sentirse herido.»

Las películas reventaron como bichos, estreno tras estreno, aplastadas contra el parabrisas de Miramax. En total, la empresa estrenó unas cuarenta películas ese año, más o menos el doble que un estudio importante. Dice Schmidt: «Nos propusimos continuar creciendo en 1990 y 1991, pero cada día que pasaba era más duro,

porque ya no había éxitos de taquilla. Simplemente se avanzaba con dificultad.»

Los Weinstein estaban tan desesperados que contemplaron la posibilidad de crear una división de películas comerciales que se llamaría Dimension. Habían observado con envidia cómo New Line, su archienemiga, barría con la serie *Pesadilla en Elm Street*. El modelo New Line, con ingresos generados por películas de género con las que se financiaban las artísticas, les pareció a los hermanos cada vez más sensato cuando vieron que su empresa se venía abajo ante sus narices. Las películas comerciales hacían mucho dinero y, como no empleaban a estrellas, eran baratas, por lo cual no era necesario renunciar a las comisiones para los participantes. Por irónico que parezca, el catalizador parece haber sido la nueva división Fine Line, de Bob Shaye, dirigida por Deutchman, que los Weinstein –o, al menos, Bob– se tomaron como una afrenta directa y personal. La fiesta de lanzamiento de Deutchman, en efecto, fue la gala del Museum of Moving Image para Robert De Niro, en la primera semana de marzo de 1991. Desde el otro lado de la pista de baile, Deutchman no dejó de espiar a Harvey ni un solo momento, y con una sonrisa arrugándole el rostro se acercó a él y le dio la mano. Harvey lo saludó cordialmente y dijo: «Enhorabuena. ¡Será divertido!» Bob, que estaba a su lado, también le dio la mano pero, al hacerlo, dijo entre dientes: «Vamos a enterrarte.» Luego, mientras la cara se le ponía púrpura, empezó a gritar algo así como: «¡Cómo te atreves a volver al mundo de las salas de arte y ensayo! Sé que has creado esta empresa para acabar con nosotros. No sólo vamos a matarte, sino que vamos a entrar en el negocio de New Line y a matarlos a ellos también. Vamos a hacer películas de terror y películas para niños.» Bob, que solía cumplir su palabra, le dijo a Harvey: «Compitamos contra los que compiten contra nosotros.» (Deutchman siempre reivindicó el mérito para Dimension.)

En circunstancias cada vez más duras, a algunos directores les resultaba difícil cobrar de Miramax. Kjehl Rasmussen los demandó para cobrar lo que le debían por *Animal Behavior,* estrenada por Miramax en 1991. «Para ellos fue una película rentable; creo que no me pasaban las liquidaciones correctas», dice. «Estaba totalmente

claro; me debían dinero. La película sólo estuvo en cartel dos semanas y tardamos tres años en conseguir nuestro dinero. No fueron unos años precisamente agradables.» Según Miramax, la película fue un desastre absoluto que ni siquiera recaudó cincuenta mil dólares en los Estados Unidos. Recuerda Harvey: «Tras incurrir en tan importantes gastos legales, y frente a la certeza de que se sumarían importantes gastos adicionales si el litigio continuaba, pensamos que era mejor llegar a un acuerdo, y eso fue lo que hicimos. Sin admitir ninguna irregularidad contable.»

Dos años después de que *Mi pie izquierdo* recaudara 14,7 millones en los Estados Unidos, Noel Pearson, el productor, se quejó de que todavía no había visto ni un centavo de los beneficios de su película, que había costado 2,5 millones. «Es un poco frustrante», dijo. «Se parece a esperar a Godot, y la verdad es que espero que venga un poco más rápido.» Según Weinstein, no le debía nada a Pearson: si alguien debía dinero, el culpable era Granada.

Los hermanos a veces compraban películas y luego intentaban mejorar el acuerdo. Dice Mark Lipsky: «Eran y siguen siendo dos consumados negociadores, e incluso mejores renegociadores. Dicen cualquier cosa y hacen cualquier cosa, da igual lo que sea y lo que cueste con tal de cerrar el trato, pero no empiezan a pensar en el trato hasta el día siguiente. Cuando están negociando, cuando te dicen que su vida depende de esa película, lo dicen en serio. Pero al minuto siguiente, actúan como si eso nunca hubiese ocurrido. Y no tienen conciencia de ello.» Añade Safford: «Los directores y productores más listos lo sabían, y en sus contratos añadían cláusulas como "la película debe estrenarse en tantas salas y en tantas ciudades, gastando tanto dinero en tal y tal fecha"; Harvey firmaba muy contento. Claro que eso no quería decir que cumpliría lo estipulado. O retrasaban la película o la abandonaban. No se puede creer lo que dice. Hasta él sabe que nadie cree nada de lo que dice. ¿Y qué vas a hacer? ¿Llevarlos a juicio? Ya puedes gritar todo lo que quieras. Comprar una entrada y ponerte en la cola. Es como *Ciudadano Kane* y Xanadu, la emoción de la caza, de atrapar algo con tus manos, sea un guión, una película o un director. Una vez que lo consigue, deja de interesarle.»

Bobby Newmyer no sabía nada de todo eso cuando les vendió *The Opposite Sex and How to Live with Them*. Venía dirigiendo Outlaw, su pequeña empresa de producción, desde 1989, gracias a su parte en los beneficios de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, pero el dinero volaba rápido y Outlaw se enfrentaba a la bancarrota. *The Opposite Sex,* su segunda película, se basaba en un guión que él mismo había desarrollado pagando de su propio bolsillo; era una basta comedia romántica en la que actuaban Courteney Cox, Arye Gross y Kevin Pollak. El presupuesto, de 2,5 millones de dólares, lo había conseguido por partes de cincuenta mil y cien mil dólares pidiéndolo prestado a amigos y familiares. Los salarios, incluido el suyo, fueron aplazados. Cuando la película estuvo terminada, Newmyer la mostró a las distribuidoras, incluida Miramax. El director no había visto mucho a Harvey desde los días de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, pero lo recordaba con cariño. Harvey había conseguido todo lo que había dicho que conseguiría, y más. Un verano, Newmyer y su esposa, Debbie, se había encontrado casualmente con Harvey y Eve en Martha's Vineyard. Las dos parejas habían ido a hacer esquí acuático juntas o, mejor dicho: Newmyer y Eve fueron a hacer esquí acuático mientras Harvey se quedaba sentado en el fondo de su barca, vestido con pantalones cortos y una enorme camisa Izod, una auténtica tienda de campaña, fumando un True Blues tras otro, empapado en sudor y con aspecto de tener ganas de querer estar en cualquier otra parte menos ahí. Newmyer estaba encantado. «Era gracioso ver a un tipo que pesaba ciento sesenta kilos sentado en esa barca», dice. «El director de un estudio nunca se dejaría ver así. Harvey tenía algo muy auténtico, muy real.»

Según Newmyer, Harvey hizo una oferta preferente para quedarse con *The Opposite Sex*: cinco millones, un precio increíble para una película independiente en 1991, un millón por adelantado y cuatro más cuando Newmyer entregara los elementos.* Newmyer dijo: «Fantástico.» Eufórico, el productor envió a sus inversores una nota que decía: «Aquí os devuelvo un millón de dólares, el cuarenta por ciento de vuestra inversión. Dentro de unos meses, cuando terminemos técnicamente la película y la entreguemos a Miramax,

habrá una buena tajada para todos.» Además, todos los que trabajaron en *The Opposite Sex* cobrarían todo lo que se les debía. Newmyer entregó la película. «En un acuerdo de compra, por lo general los productores recibían el diez por ciento al firmar y el noventa por ciento al entregar», dice el abogado David Steinberg, que negoció muchos de esos tratos para Miramax. «A menudo, lo que hacían eran retener todo el noventa por ciento si faltaba algo, como una licencia para una obra musical»; una medida dura, sí, pero a la que tenían derecho en virtud del contrato. Según Linda Lichter, que seguía siendo la abogada de Newmyer: «Insertamos en el contrato toda forma posible de cláusula de seguridad, pero así y todo encontraron una forma de evitarnos. Outlaw había entregado todas las cajas con los elementos, pero Miramax dijo: "No se considera entrega completa hasta que veamos qué hay en las cajas, y no tenemos tiempo para revisarlas." Cuando lo hicieron, dijeron: "No tenéis este punto del contrato por la música."» Añade Newmyer: «Pusieron unas excusas ridículas. Un día Harvey exclamó: "Bueno, hay un empalme suelto en el octavo carrete. Enviad a alguien para que lo arregle. Y hay una errata en la página cincuenta y dos del guión impreso."» Dice Schmidt: «En primer lugar, era una herramienta para gestionar el flujo de caja, una manera de dar largas hasta que de alguna manera encontraban el dinero para pagar.»

Pero Newmyer captó el mensaje. Para él, los de Miramax le decían: «No queremos pagarte cinco millones.» Y habló con gente que había vendido películas a Miramax. Recuerda Newmyer que todos le dijeron: «Así las gasta Harvey. No quiere pagarte cinco, quiere pagar cuatro. Vuelve y arréglalo con él.» Newmyer había «descubierto» a Soderbergh y les había dado a los Weinstein *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, la película que puso a Miramax en el mapa. Otro podía haberle estado agradecido, pero no Harvey. O puede que lo estuviera, pero ya se sabe: la guerra es la guerra. Dice Newmyer que Harvey no paró de llamarlo por teléfono –seguía interesado en la película, pero no por cinco millones–, siempre con la intención de que aceptara una cifra inferior. Para el productor, un trato era un trato, y se negó. Entró en una barrena de cuatro meses

en la que nunca pudo dormir más de una hora y media seguida; volvió a fumar, y hasta cuatro cajetillas al día, y aumentó doce kilos. «Para cada uno de mis treinta y dos inversores –mis amigos más queridos y los amigos más queridos de mi familia– pasé de ser el chico de oro, el que iba a darles una considerable ganancia, al imbécil que hizo ese condenado trato», recuerda.

Un día, mientras Newmyer almorzaba con un amigo, un importante abogado, en el Polo Lounge del Beverly Hills Hotel, Harvey pasó a su lado. Según cuenta Newmyer, su amigo, un hombre corpulento, más corpulento aún que Harvey, interpeló al copresidente de Miramax, lo obligó a sentarse e insistió en que pagara lo que debía. Harvey se negó, ni siquiera quiso sentarse con ellos. Encendiendo un cigarrillo tras otro, se negó incluso a mirar a Newmyer a los ojos. Finalmente aceptó pagarle 4,7 millones. Para entonces, el productor ya había gastado varios cientos de miles en abogados y un año de su vida, y dice que aceptó devoluciones no completadas en el acuerdo original para que Miramax cubriese la adquisición de los derechos musicales, etc., por lo cual terminó quedándose con más o menos un millón de dólares.

Concluye Newmyer: «Llevo desde 1982 en la industria del cine y he producido unas catorce o quince películas. Estoy acostumbrado a toda clase de engaños y manipulaciones, pero que alguien te diga directamente a la cara: "Te voy a joder porque puedo hacerlo", bueno... ésa fue para mí la primera vez.»

Harvey niega categóricamente haber renegado del acuerdo y pone en entredicho la versión que Newmyer da de lo ocurrido. «Newmyer firmó un contrato por 4,7 millones y Miramax los pagó. Eso superaba con creces los aproximadamente 2,7 millones que nos presentaron como presupuesto de la película. Miramax también aceptó no gastar menos de dos millones en copias y publicidad para el estreno en salas nacionales. Además, a Miramax le entregaron una película que tal como estaba no podía estrenarse y gastamos casi medio millón de dólares en volver a filmar muchas escenas. Pese a todos nuestros esfuerzos, *The Opposite Sex* fue un desastre creativo y comercial. Miramax gastó más de cuatro millones, dos veces la cantidad estipulada en el contrato, para apoyar el estreno, y sólo recaudó

setecientos mil dólares en los Estados Unidos. Perdimos millones de dólares con esa película.»

En las garras del recorte de fondos, la calma de Harvey, siempre débil, se rompió como un raído cordón de los zapatos. Contrató a David Linde para completar el equipo de compras formado por Trea Hoving y Mark Tusk. Hoving ponía el buen gusto; Tusk, que era gay y moderno, se aventuraba donde nadie más se atrevía; el trabajo de Linde consistía en cerrar los tratos. Cuando Harvey estaba juguetón, los llamaba, cariñosamente «los tres ratones ciegos». Pero no solía encontrarse de ese humor. A Hoving la vieron varias veces tomar cucharadas de Pepto-Bismol* tras una visita al despacho de Harvey.

El Festival de Cine de Nueva York seguía inmediatamente al de Toronto, a finales de septiembre, y Harvey había dado un golpe reservando la noche de la inauguración para *La doble vida de Verónica*, de Krzysztof Kieslowski. Para celebrarlo, los hermanos dieron una gran fiesta en el Mayflower, el hotel situado en la esquina de la calle Sesenta y dos y Central Park West. Debería haber sido una velada festiva, pero, para Harvey, la alegría duró apenas una milésima de segundo. No tardó nada en empezar a preocuparse por la próxima catástrofe. Después de la proyección, los de Miramax, acicalados y formales, entraron lentamente, sintiéndose bien, achispados por el champán que corría libremente. Harvey divisó a Linde, que había estado preparando el acuerdo para comprar *Proof*, de Jocelyn Moorhouse. Linde miraba embobado al joven Russell Crowe. Harvey le preguntó: «David, ¿has cerrado el trato de *Proof?*» De repente, la gente dejó de reír y la alegría ambiente desapareció como una nube detrás del sol. Todos los presentes respiraron hondo mientras los empleados esperaban oír la respuesta de Linde, porque el trato no se había cerrado. La película aún seguía sobre el tapete, y Linde competía con Deutchman, de Fine Line. En un abrir y cerrar de ojos, el Jekyll de Harvey se convirtió en Mister Hyde. Llevó a Linde y a Tusk al pasillo, se acercó un poco más al primero, como hacía siempre que quería amedrentar a alguien con su osamenta. Kim Lewis era el agente de Moorhouse, y Harvey bramó: «¡Busca a Kim Lewis! ¡Ve ahora mismo a buscarlo! ¿Tienes su número?

¡Llámalo a su casa! ¡Llámalo a Los Ángeles! ¡Llama a su despacho! ¡Llámalo!» En ese momento ya se le había acercado la mujer de Linde. Mientras ella, horrorizada, contemplaba la escena, Harvey, dominado por la ira, le clavó a David el dedo en el pecho mientras escupía una delgada ráfaga de epítetos que nadie había oído desde el patio del colegio. Linde quedó impresionado. (Al final, Miramax perdió *Proof*, e incluso ahora, muchos años más tarde, Linde instintivamente da un paso atrás cada vez que se encuentra con Weinstein.)

Con los acreedores pisándoles los talones a los Weinstein y unos esfuerzos totalmente inútiles por vender Miramax, la oferta pública se volvió incluso más importante; los preparativos se pusieron en marcha. Sólo había un problema: puesto que Midland Montague era propietaria de buena parte de la empresa –el cuarenta y cinco por ciento–, ellos también se beneficiarían; por lo tanto, Bob y Harvey decidieron comprarles su parte. Para entonces, los taimados banqueros que fraguaron el trato habían desaparecido, y también los despachos de Midland Montague en Nueva York. La inversión la gestionaba desde Londres un banquero comercial llamado David Hutchings. Británico hasta la médula, Hutchings era correcto y puntilloso: en otras palabras, un hombre nada preparado para vérselas con los Weinstein. Prosigue Schmidt: «Se comunicaban con él –su principal inversor–, diciéndole cosas como: "Nunca verá un centavo de esta empresa. Preferimos desmantelarla antes de pagarle a usted."»

Prepararse para una OPA es un proceso arduo y costoso que, además, consume mucho tiempo. Los volúmenes de datos de las finanzas de Miramax estaban encuadernados y en mensajería, listos para ir a la SEC,* donde había que registrar la oferta, cuando Harvey y Bob se subieron a una limusina aparcada en el 711 de la Quinta Avenida, sede de Allen & Co., un caluroso día de agosto tras el muy apropiadamente bautizado Huracán Bob, para hacer el viaje del centro a su despacho. Cuando, veinte minutos más tarde, llegaron al Tribeca Film Center, anunciaron alegremente: «Oíd, hemos cambiado de opinión, no vamos a hacerlo.» Schmidt, que acaba de arriesgar

su vida volando desde Nantucket con un tiempo de perros, dijo: «Que os den por culo. Yo me largo.»

El radical cambio de postura de los Weinstein dejó a todos estupefactos. «Nos esforzábamos constantemente por avanzar hacia un entorno comercial más progresista, pero no dio resultado», dice Schmidt. «Para mí fue una decisión crucial. Decidieron seguir con la rutina, buscar la siguiente película y vivir de la deuda con el banco. Fundamentalmente lo que dijeron fue: "Queremos seguir llevando esta empresa a nuestra vieja manera, la que nos hizo llegar hasta aquí. Y si eso significa joder a la gente, que así sea."» Añade una fuente: «No podían aceptar la idea de que los británicos se llevaran un cheque abultado, dinero que habían ganado con su sudor. Los volvía locos.» Schmidt prosigue: «Como todas las OPA de pequeñas empresas, la suya incluía un plan de opciones para los empleados. Por lo tanto, no sólo fue Midland Montague la que salió perdiendo, sino también los productores a los que les debían dinero y los empleados que se habían deslomado para que los Weinstein llegaran al lugar en el que la empresa podía ser un éxito. Podrían haber encontrado una forma de meterse un poco menos en el bolsillo y repartir más entre los que les habían ayudado a llegar hasta allí. Pero nunca pensaron así porque, desde su punto de vista, ellos eran los únicos que se habían llevado hasta ahí. Fue muy triste.»

Schmidt comprendió que los hermanos no estaban dispuestos a permitir que nadie que no fuera un Weinstein metiera la mano en el bote, y presentó su renuncia, que se hizo efectiva el 1 de marzo de 1992. Dice ahora: «El hecho de que no fueran pocos los abusos y las presiones que eran parte integrante de ese trabajo, y de que no hubiera ninguna acción para los directores de la emisión que les ayudaban a consolidar la empresa, ninguna bonificación, significaba que tenían los días contados. Dejé Miramax porque mi madre y mi padre no se llamaban Miriam y Max.» Schmidt se pasaba el día sentado sin hacer nada, rascándose la nariz y preguntándose qué haría después, hasta que recibió una llamada de sus amiguetes de Allen & Co. Le dijeron que estaban discutiendo una idea para un negocio con unos tipos que les caían bien y que querían abrir una nueva empresa. ¿Estaría él interesado? Pocos días más tarde,

Schmidt se reunió con los dos tipos. Hicieron buenas migas y Schmidt aceptó formar parte de October Films.

Aunque en esos días Quentin Tarantino aún no era nadie, cuando en 1992 llegó a Park City para presentar su nueva película, *Reservoir Dogs,* en el Festival de Sundance, lo hizo precedido por su reputación. Había participado en el taller de junio el año anterior, donde casi todos habían leído el guión de *Reservoir Dogs*. Allison Anders, cuya segunda película, *Área de servicio*, competía ese año, oyó por primera vez el nombre de Tarantino en una reunión de lanzamiento de uno de sus propios proyectos, cuando Kurt Voss, su socio, interrumpió media hora su discurso con una digresión sobre Tarantino. Anders recordó más tarde: «No podía creérmelo. Maldición, pensé, ésta es mi reunión y no sé de quién diablos están hablando ahora. Muy bien, dicen que es un gran guionista; ¿podemos seguir con nuestra reunión?»

Tarantino nunca había estado en un festival de cine y pocas veces había salido de Los Ángeles. Nunca había visto la nieve. Salía a pasear vestido con camiseta con una temperatura de seis grados bajo cero hasta que Ronna Wallace, ejecutiva de Live Entertainment, le compró una parka. Parecía un niño celebrando su fiesta de cumpleaños, sin saber qué hacer primero, si meter las manazas en los recipientes de dulces, abrir los regalos o llenarse la boca de tarta. Personaje sacado de una tira cómica, con una frente despejada y mandíbulas prominentes, parecía Martin Scorsese con el cuerpo de Popeye. Iba acelerado de la mañana a la noche, surfeando en una ola de adrenalina, rapeando a toda velocidad sobre el subtexto gay de *Top Gun*, de cómo los controles de los aviones sugerían una penetración anal, y le recitaba –a cualquiera que quisiera escucharlo, y a menudo también a los que no querían– capítulo y versos, tomas y fragmentos de diálogos de cualquier película de Tony Scott que le mencionasen. Su efervescencia, su entusiasmo, su falta de pretensiones y su aparente falta de malicia lo hacían irresistible.

Anders lo conoció en el Z Place, un club de la calle mayor de Park City, y le encantó descubrir en Tarantino una calidez, una generosidad y una dulzura que no había esperado. «La gente se deshacía en elogios y hacían que Quentin pareciera tan enorme, que pensé que iba a encontrarme con un tío de tres metros, barbudo y a rebosar de ese odioso ego de todos los directores», prosigue. «Se me acercó y dijo: "¿Eres tú Allison? Me llamo Quentin, y me encantó tu película." Y yo pensé: Oh, Dios mío, éste es Tarantino.»

Cada año que pasaba, más concurrido estaba el Festival de Sundance, un lugar cada vez más frenético y más parecido a Hollywood. De repente, todo el mundo apareció con el móvil pegado a la oreja. Durante una proyección, un agente llegó incluso a llamar a otro que estaba sentado a unas filas de distancia. Ford Explorers y Jeep Cherokees cargados de compradores, productores, agentes y periodistas que aún buscaban –en vano hasta el momento– al siguiente Soderbergh, y las vallas de goma en las atascadas calles de Park City, hacían imposible encontrar una plaza de aparcamiento. La alineación de 1992 la habían preparado Gilmore y Garcia. (Garcia, quemado y desilusionado, renunció ese mismo año.) En 1987 se recibían unas sesenta candidaturas; en 1992, entre trescientas y cuatrocientas. Soderbergh, que todavía era la mascota del festival, asistió una vez más. Y le dijo a un periodista: «¡No hace falta que os diga que Park City es el lugar más maravilloso de todos los Estados Unidos!»

El New Queer Cinema seguía en la cresta de la ola y Vachon regresaba por segundo año consecutivo, esta vez con la elegante *Swoon*, de Tom Kalin. No hay que olvidar a los recién llegados: Gregg Araki, con *Vivir hasta el fin (The Living End)*, un película sin pretensiones con personajes seropositivos y amantes en fuga, y Christopher Münch, con *The Hours and Times*, historia novelada de la relación entre John Lennon y Brian Epstein, el representante de los Beatles, cuando fueron de vacaciones a Barcelona. Dice Vachon: «Cuando tenías películas como *Vivir hasta el fin*, que luego se compraban y tenían una buena temporada comercial, cambiaban las expectativas de la gente respecto de lo que podían enviar a Sundance». O, en palabras de Gilmore: «Estaba cada vez más claro

que los jóvenes directores a los que aún no conocía nadie, los Gregg Araki del mundo, eran realmente importantes.»

Vachon, junto con Haynes, Kalin, Araki, la crítica Ruby Rich y otros, intervinieron en una mesa redonda dedicada al New Queer Cinema. Como *Veneno*, esas películas del New Queer Cinema se interesaban más por escandalizar al público heterosexual que en tranquilizarlo con los retratos que decían «somos iguales a vosotros» de los *yuppies* homosexuales vestidos con ropa de Land's End que pululaban por películas como *Miradas en la despedida*, que apenas unos años antes habían parecido tan atrevidas. La nueva generación de directores homosexuales miraba en cambio a Gus Van Sant y su *Drugstore Cowboy. Vivir hasta el fin* era un ejercicio de propaganda política que se burlaba de los modelos positivos tan caros a los activistas de organizaciones de homosexuales que tanto se habían escandalizado con el personaje de asesina-lesbiana interpretado por Sharon Stone en *Instinto básico*, reemplazándolos por protocriminales que fantaseaban con infectar al entonces presidente George Bush padre con su sangre contaminada con el VIH. Recuerda Vachon: «Fue una época demencial. La mayoría de esa gente eran miembros de tal o cual grupo de activistas, y tanto *Veneno* como *Swoon* recuerdan, en sus títulos, a gente que acababa de morir. Todos éramos muy, muy jóvenes, y a los veinte años se tiene una sensación de superioridad moral. Y de urgencia. Hay que hablar ya porque el tiempo se acaba.» Otras películas en concurso ese año fueron *En la sopa (In the Soup)*, de Alexandre Rockwell, de muy bajo presupuesto, una historia encantadora, rodada en blanco y negro –entonces un formato raro y exótico–, sobre un director que hace cualquier cosa para conseguir dinero, deliciosamente interpretado por Seymour Cassel, y *Área de servicio*, de Anders. *Área de servicio* era un retrato algo caótico de dos hermanas (Fairuza Balk y Ione Skye) que descienden por el accidentado sendero de la adolescencia bajo la preocupada mirada de su madre, soltera y trabajadora (Brooke Adams), una historia ambientada en un cámping para caravanas de Nuevo México. Parece una receta para el budín políticamente correcto Sundance, pero su mirada es tan rica y tan sobria, y está tan bellamente realizada, que trasciende su

género. Anders era una fuerza de la naturaleza, una mujer tremendamente atractiva. Madre soltera, nació en Ashland, Kentucky, en 1955, y hasta poco antes había vivido de la beneficencia. Ray Price, el veterano *indie* cuya empresa –IRS Releasing– distribuyó la película, dice: «Allison caía bien a todo el mundo. Ella hizo que la película funcionara. Cuando habló con mujeres del público, conectaron a la perfección. Allison trasciende sus películas. Es una mujer guiada por la moral, y te hace enderezar en tu asiento, hace que tú mismo te vuelvas una persona más moral. Me encantaba estar en la sala cuando ella estaba en la sala. Me sentía mejor conmigo mismo.» Anders estaba totalmente libre de artificio y pretensiones. Lo que se veía era lo que había. Dice Rockwell: «Es una pulsera de estados de ánimos humana. Entra en la habitación con un tono u otro en función de cómo esté.»

Prosigue Price: «Los críticos se ensañan más con las directoras, y a la mayoría de ellos *Área de servicio* les pareció un punto culebrón, pero las mujeres se sienten más cómodas utilizando la sintaxis de los programas diurnos de televisión, son una parte más habitual de su vida. Los hombres tienen su lenguaje y las mujeres el suyo. Yo siempre pensé que lo importante de una película es que uno se dé cuenta de que allí hay alguien. Poder sentir de verdad que el cineasta te llega desde la pantalla. Y eso se aplica al caso de Allison.» Anders, Rockwell, Araki, Kalin y muchos de los cineastas con películas a concurso ese enero eran directores «emergentes», los mismos que Sundance había eliminado apenas un año antes.

Trea Hoving y Mark Tusk, de Miramax, habían asistido el sábado, a las 22.30 al primer pase de *Reservoir Dogs* en el Holiday Village Cinema, y les había encantado. David Linde asistió a la segunda proyección. «Nos quedamos todos alucinando», recuerda. «Era una película intensa y, en esos días, esa clase de intensidad era algo que no se daba en el cine independiente.» Por no decir más. Los rumores que corrían sobre el guión de *Reservoir Dogs* eran ciertos. Resultó ser que Tarantino escribía como los ángeles. Aunque trabajaba en un idioma diferente, su obra recordaba a los grandes guiones firmados por Robert Towne en los años setenta: eran una mezcla fuerte de película de clase B y el aire moderno de la *nouvelle*

vague, la apoteosis de los gansos con cierta clase. Las películas con tíos armados eran un placer culposo, y nada habitual, en Sundance. Los programadores del festival discutían hasta el agotamiento sobre si las películas de género también podían ser de arte. *Dogs* encarnaba a la perfección ese dilema. En gran medida, era una película de género, pero, en la misma medida, no lo era. Escrita deliberadamente para que pudiera filmarse con poco dinero, su argumento está hecho a la medida de su presupuesto. *Reservoir Dogs* es un estudio en la estética de la pobreza, una película sobre un golpe pero sin golpe, sólo los hechos, antes y después. En *Reservoir Dogs* todo son hechos anteriores al comienzo de la película: diálogo en su mayor parte, con pocos exteriores. La idea es convencional, pero la ejecución no, como tampoco lo son los saltos en el tiempo, la maliciosa refundición de lo literario y lo escabroso: gángsteres que debaten, como si fueran licenciados, los puntos más sutiles de la cultura popular, electrificados por el depravado placer de la violencia de alto voltaje. Las películas de Tarantino son un paseo por el lado salvaje de la vida, y sin duda alguna el director era una auténtica fuente de incorrecciones políticas. La increíble falta de corrección política del cuerpo de su obra: el predominio del macho blanco; las imaginativas obscenidades; el bombardeo de palabras tabú, como *nigger* («negro»); el sexo anal; los chutes; el placer que sus películas parecen encontrar en el asesinato casual, teatralmente puesto en escena (por pura diversión, sí); las sanguinarias escenas, sádicas y casi barrocas desde el punto de vista creativo, junto con la aparente falta absoluta de un valor social que pueda redimirlas y la actitud despreocupadamente indulgente que el director despliega hacia sus personajes, unos vagos de dudosa reputación, todo se combina para darles una carga peligrosa. Sus películas coqueteaban con el sexismo, el racismo y la xenofobia y, en cuanto tales, eran una bofetada a la cara a todo lo que Sundance defendía. Burlonamente, Tarantino se refirió una vez a los liberales blancos como «los seres más sensibles del planeta», y nada le gustaba más que burlarse de sus sangrantes corazones. *Reservoir Dogs* era un atentado a la igualdad de oportunidades.

En retrospectiva, es fácil descartar el revuelo que armó *Reservoir*

Dogs y considerarlo solamente chillidos de los rígidos Lynne Cheeneys y William Bennets;* al fin y al cabo, todo ocurrió en 1992, cuando George Bush padre seguía explotando la euforia de la guerra del Golfo. Además, un año antes, Anthony Hopkins había mordido, masticado y tragado carne humana en *El silencio de los corderos*, de Jonathan Demme, pero ésta era una película de estudio y *Reservoir Dogs*, una película independiente. No hay que olvidar que estábamos en Sundance, el santuario del espíritu *indie*. Hacía tiempo que los sundanistas consideraban que la violencia tenía estampada la denominación de origen del despreciado cine de Hollywood; por lo tanto, no es de extrañar que la película de Tarantino fuese recibida con un coro mixto de aplausos e indignación. Recuerda Richard Gladstein, el ejecutivo de Live Entertainment que guió el proyecto: «Al llegar, no me di cuenta –estúpido, tonto, ignorante de mí– de que Sundance no proyectaba películas de este género. Asistir a la proyección con esa gente fue espantoso. Se oían gritos ahogados.» En las películas de Sundance casi nunca moría nadie, como no fuera de sida, de viejo o de aburrimiento; en *Dogs*, no solamente morían, sino que morían despacio, con dolor, de una manera sangrienta y con sentimiento. El rebanamiento de oreja que pronto sería famoso, y que Tarantino coreografió con ayuda del monótono rasgueo de «Stuck in the Middle with You», provocó una avalancha de protestas que eclipsó el furor del New Queer Cinema, especialmente cuado Tarantino se negó a ceder ni un ápice ante los furiosos abucheos de los sobrios guardianes de las virtudes del cine independiente, que se ponían de pie en mitad de las proyecciones de *Reservoir Dogs* para denunciar la falta de responsabilidad social de la película. En cambio, lo que hizo fue aguijonear y provocar a sus críticos. En la última proyección de *Dogs*, la grande, celebrada en el Egyptian Theater, la que en adelante Tarantino siempre llamó «la proyección Faye Dunaway» porque la actriz estaba entre el público, un hombre se puso de pie y preguntó: «¿Cómo justificas toda la violencia que contiene esta película?» El director respondió: «No sé a usted, pero a mí me encantan las películas violentas. Lo que me resulta ofensivo es esa mierda de Ivory y Merchant.» Y dice hoy: «La violencia es

una de las cosas más grandes que se pueden hacer en cine. Edison inventó la cámara para que hiciéramos violencia, ¿no?»

Tarantino había crecido en los años setenta, cuando los sesenta aún coleteaban. «La guerra de Vietnam y el Watergate fueron un golpe doble que básicamente destrozó a los americanos», señala el director. «El clima en el que crecí era: todo lo que oyes son mentiras, y el presidente es un simio. Recuerdo que mis padres decían: "A la mierda la policía, a la mierda los cerdos."» Pero sus películas contienen pocas declaraciones políticas explícitas en cuanto tales. Su rebelión fue, en gran medida, cultural, una estética de niño malo que asimilaba no sólo las películas de Martin Scorsese y el *Grand Guignol* de Brian De Palma, sino también las comedias televisivas y las películas de kung-fu con las que creció, es decir, todo lo que la respetable cultura convencional aborrecía. Puede que Tarantino adorase a Godard (Truffaut era demasiado tierno para él), pero su París era Hong Kong y las películas de artes marciales eran su *nouvelle vague*. Tarantino era el Howard Stern* de los independientes, y estaba orgulloso de serlo.

A Gilmore le había preocupado la violencia de *Reservoir Dogs*. En un espasmo final de corrección política, ese año el festival había rechazado *Laws of Gravity*, de Nick Gomez, y lo mismo había hecho con *Un paso en falso,* del equipo de Billy Bob Thornton y Tom Epperson, porque, como *Reservoir Dogs*, eran películas de género a rebosar de mutilaciones. La línea oficial de Sundance era clara: «Fui una noche al cine... durante el festival... a ver algunas películas... y luego pasé veinticuatro horas en las que a duras penas pude comer. Esas películas rezumaban violencia», comentó Redford. «Hay demasiadas películas aquí con la violencia de rigor, atractiva para la comercialidad del mercado. Fue entonces cuando dije: "Seamos agresivos y busquemos películas más inteligentes, más experimentales, más arriesgadas, que no dependan de ninguna fórmula."» Tarantino, que sencillamente no podía entenderlo, recuerda: «¿No querían tener en el festival películas con dos pistolas? Me lo creería si no pasaran seis películas gays. Podrían

haber cambiado el nombre y llamarlo Festival de Cine Gay y Lésbico de Sundance.»

Pese a la poco velada homofobia de Tarantino, *Reservoir Dogs* tenía más cosas en común con las películas gays proyectadas en Sundance en 1992 de lo que a él le habría gustado admitir. En algunos sentidos, *Reservoir Dogs* era una versión (no tan) hetero de esas películas, y marcó un cambio sísmico en la dirección del movimiento independiente, que avanzó rápidamente hacia un cine más de género, aunque con un toque posmoderno transgresor e irónico. Pese al éxito de *Veneno*, el New Queer Cinema tocó techo en 1992, casi en cuanto comenzó. Son muchas las razones que explican este fenómeno, pero una de ellas, y no la última, fue que Tarantino le había quitado la primicia. *Reservoir Dogs* era tan perturbadora como *Veneno*, y no tenía que cargar con el bagaje gay.

En la actitud nihilista de Tarantino respecto de «... esa mierda de Ivory y Merchant», es decir, las películas artísticas, reside la fuerza del impacto de *Reservoir Dogs*. Es una película artística antiarte, una sagaz amalgama de arte hecho por alguien que en cierto modo es un recién llegado y en otro no. Si la *nouvelle vague* afrancesó las películas de clase B de Hollywood, Tarantino reamericanizó los híbridos franceses, rescatándolos, por decirlo de alguna manera, y al hacerlo importó la sofisticación y el sentimentalismo de los franceses para insertarlos en las películas independientes locales. Sin embargo, al hacerlo, también cortó el cordón umbilical que había unido a los independientes de los noventa a sus predecesores europeos y los había mantenido a su sombra. Primero Soderbergh, ahora Tarantino: los *indies* americanos ya eran mayores de edad.

Al abrir al género la puerta que Sundance había cerrado de un portazo en los años ochenta, *Reservoir Dogs* representó el retorno de lo reprimido, la venganza de las películas comerciales. Al aceptar la película de Tarantino, Gilmore dio el imprimátur del festival a una clase muy diferente de largometraje independiente, más próximo a los gustos de los bárbaros (léase, americanos) que vivían fuera de las puertas de Park City y –peligrosísimo para la dirección del movimientopotencialmente comercial. *Reservoir Dogs* era todo lo que Sundance no era: oscura, deprimente, irreverente. Como Harvey

Weinstein, Tarantino era el anti-Redford, y tal puede ser la fuerza de una sola película, que fue el festival el que tuvo que ceder, no el director.

Con semejante carga a sus espaldas, tal vez no sea de extrañar que a *Reservoir Dogs* la pasaran por alto a la hora de entregar los premios. La política de Sundance seguía siendo aún muy evidente, no sólo en su postura respecto de las películas de género y violentas, sino, como había observado Tarantino, también en las preferencias de la programación de Gilmore, en la que primaba la diversidad sobre la calidad. Y en lo tocante a los premios, en la luz verde para las películas que «necesitaban» un empujoncito, tal como le dijeron más tarde a Tarantino, contra las que, como la suya, no lo necesitaban. Aquel desdén todavía duele. «Fue eso lo que más odié de Sundance aquella vez», dice el director. «Eran liberales en el peor sentido de la palabra. No habría sido tan malo si todo el mundo no me hubiese dicho que iba a ganar. Pero eso hirió mis sentimientos. Estaba triste, estaba furioso. Cuando terminó el festival hice una versión ligeramente menos drástica del marcharse dando un portazo. "¡Que os den por culo a todos!"» Más tarde, cuando Tarantino se hizo famoso, Cathy Schulman, la ex programadora del festival, dijo: «Siempre estábamos intentando conseguir que Quentin participase en algo. Quisimos que formase parte del jurado. Quisimos que trabajase en los talleres, como coordinador. Pero nunca estuvo disponible para nosotros. Estaba cabreado.»

El jurado concedió el Gran Premio a la encantadora *En la sopa*, de Alexandre Rockwell, quien, por supuesto, saltó de alegría. «Ese premio cambió mi vida», recuerda. «De repente, los de Creative Artists Agency comenzaron a dejarme galletas junto a la puerta de la habitación del hotel, acabadas de hornear. Firmé con ellos y los dejé unos cuatro meses después, cuando me di cuenta de que no les interesaba el cine independiente.» Rockwell, Tarantino y Anders salían de copas juntos, y a partir de entonces se llamaron a sí mismos la «Clase del 92». Recuerda Rockwell, que entonces estaba casado con la actriz Jennifer Beals: «Cuando mi película ganó el premio del jurado, hubo cierta tensión con *Reservoir Dogs*; algunos críticos pensaban que el premio tendría que haber sido para la

película de Tarantino. Más tarde Quentin vino a Nueva York y se alojó en mi casa. Un día, se quedó en la puerta de la cocina, mirándome, y dijo: "Me alegra muchísimo que te hayan dado el premio a ti, estoy muy orgulloso de tu película", y se acercó para abrazarme. Con todos mis otros amigos directores sentía cierto resentimiento, no querían presentarte a gente que podría financiar tu película, pero Quentin no era así. Era muy generoso, el tipo que más ayudaba de todos los que conocí.» Tarantino se quedó dos semanas en el apartamento de Rockwell. «No quería entrar en la habitación en la que se había instalado porque temía que explotase una bomba de *pop media*, con los Dr. Pepper medio borrachos, juegos de mesa y muñecos John Travolta tamaño natural», prosigue Rockwell. «Quentin es demasiado.»

4. COMPRAR, COMPRAR, COMPRAR
1992-1993

• De cómo Quentin Tarantino trazó una línea en la arena con los Weinstein, que vendieron su empresa –por no decir su alma– a Disney, mientras Robert Redford dejaba plantado a Steven Soderbergh en el altar.

No queremos crecer y ser otra Walt Disney.

BOB WEINSTEIN, 1989

Hay dos clases de ejecutivos en la industria del cine independiente. En palabras de Tom Bernard, de Sony Classics: «La gente como Michael Barker y yo, o como Ira Deutchman, Bingham Ray o Jeff Lipsky, estamos en la industria por amor, pero hay muchos que, como Amir Malin, montan estas empresas para hacerse ricos.»

Lipsky y Ray volaron a Nueva York para reunirse con Malin y tuvieron una buena oportunidad de ver cómo estaba gastándose el dinero que Merchant e Ivory creían que Cinecom les debía. Ray recordó inmediatamente por qué Malin le había caído tan mal. «Era un poco regordete; podía hacer que un traje de Armani pareciera feo. Si Amir me decía que brillaba el sol, yo miraba por la ventana. Aún hoy no sé si comprende que la gente sólo lo ve como una marea negra.»

Ray y Lipsky se alojaron en la flamante mansión de ladrillo blanco de Oyster Bay Cove, donde Malin vivía con su esposa, dermatóloga, y sus dos hijos. Ray, que no estaba dispuesto a cederle nada a

Malin, sospechaba que Oyster Bay Cove era la ficción de un agente inmobiliario e insistió en que el verdadero domicilio de Malin era Syosset, un lugar cercano mucho menos distinguido; para irritarlo, le enviaba cartas allí, observando, no sin satisfacción, que siempre llegaban a su destinatario. Los muebles –enormes sillas negras de líneas elegantes, un televisor descomunal– eran nuevos, modernos y caros. «Todo era de Nuevo Rico, con mayúsculas», dice Ray. «Malin no era un chico sencillo con gustos sencillos. Le he visto algunas de las prendas más feas que existen. Es probable que en toda mi vida no haya tenido yo tantos trajes como los que Amir ha tirado a la basura o dado a Goodwill.* Me puso en un cuarto pequeño como una habitación de hospital, esterilizado; parecía sacado de *Safe*, la película de Todd Haynes.»

Malin tenía prohibido que fumasen en su casa, pero Ray no podía dejar de encender cigarrillo tras cigarrillo. Por la noche, la casa se cerraba con siete llaves. Prosigue Ray: «Tenía un carísimo sistema de alarma instalado en cada rincón y en cada ranura. Vaya uno a saber de qué tenía miedo; es israelí, puede que temiera que lo secuestrasen los árabes. Cuando yo necesitaba un cigarrillo y abría la ventana para que se fuese el humo, la alarma se disparaba, claro. Y Amir: "¿Estás fumando ahí dentro?" Y yo: "¿Cómo puedes vivir así, atemorizado? Vives en un barrio residencial, tío. ¡Esto es Oyster Bay Cove barra Syosset!"»

«Cuando Amir entró en October, la única cuestión era: "¿Quién se irá primero, Jeff o Bingham?"», dice Richard Abramowitz, ex ejecutivo de Cinecom. «Porque se sabía que Amir sería el que más resistiría.» En cuanto se corrió la voz, el teléfono empezó a sonar. La competencia, una vez más. Barker y Bernard, por ejemplo. Recuerda Ray que les decían: «¿Qué mierda estáis haciendo? ¿Estáis chalados? ¿Acaso no sabéis cómo es ese tipo? Irá a por vosotros. ¡Os matará!» Y él decía: «Mira, no voy a decirte que sé cómo controlarlo, pero no pienso ser su amigo. Sólo voy a ser su socio. Aunque todo el mundo lo odie, es un tipo respetado. Creo que somos lo bastante maduros para que funcione.» Recuerda Deutchman: «En esos días se decían muchas cosas de Amir, pero

por alguna razón ellos prefirieron no hacer caso. Yo quise avisarles, pero insistieron en que Malin había cambiado, en que había empezado a reconocer los errores que había cometido en Cinecom. Y en que tenía una serie de capacidades que ellos necesitaban.» Ray hizo frente a Malin en su despacho en el exilio: el 850 de la Tercera Avenida, donde, como una gallina clueca, cuidaba del archivo de Cinecom, para mantenerlo calentito. Según recuerda Ray, la conversación discurrió así: «Sé que vas a intentar hacer en October lo que le hiciste a la gente de Cinecom, pero te advierto que no voy a permitírtelo.»

Malin repuso: «Tendrás que concederme el beneficio de la duda.»

«¿Por qué? ¿Qué has hecho para merecerte ese beneficio? Nada. Tu banda sonora es un desastre. Mala hierba nunca muere.»

«Pero yo he pasado página, en serio.»

Y prosigue Ray: «Te decía lo que él creía que esperabas oír. Él era la razón por la cual todo funcionaba, los demás teníamos la culpa de que las cosas salieran como la mierda.»

Puede que Ray tuviera recelos en lo que respecta a Malin, pero Lipsky lo volvía loco y Malin era un buen oído. Ray lo llamaba para quejarse de su socio, tenía con él largas conversaciones, de hasta cuarenta y cinco minutos o una hora. Malin se preguntó en qué estaba metiéndose.

Por el contrario, Lipsky era bastante más optimista respecto de Malin. «Nunca tuve un encuentro negativo con Amir», dice. «Creo que es uno de los mejores negociadores que he conocido. ¿Que tiene dos caras? ¿Que te apuñala por la espalda? ¿Todas esas cosas que dice la gente? Yo nunca he sido una de sus víctimas. Creo que la gente tiene celos de su astucia.» En todo caso, Ray y Lipsky lo aceptaron como socio. Lipsky llamó a Allen & Co. y dijo, gorjeando: «Buenas noticias. Acabamos de admitir a un socio que creó su propia empresa. Durante un tiempo tuvo éxito, ¡pero luego se fue a la bancarrota!»

Nada convencidos, en Allen & Co. siguieron negándose a darles las llaves del coche. *La vida es dulce* se había estrenado en octubre de 1991; fue el primer estreno de October Films en lista de espera. En diciembre, la compañía, que apenas existía, recibió un espaldarazo

de la prestigiosa National Society of Films Critics, que eligieron a *La vida es dulce* mejor película del año. Dice Ray: «Fuimos sólo dos los que estrenaron esa película, y recaudó más de dos millones. Fue el momento en que me sentí más orgulloso de mi vida.» Luego, Allen & Co. les presentó a John Schmidt, que acababa de irse de Miramax. Schmidt llegó sin equipaje. Se parecía a Suiza. Según Ray, Malin les había asegurado que Schmidt podría darles el dinero que necesitaban, pero no lo hizo. Sólo para irritarlo, Ray solía ponerse en la puerta del despacho y gritar: «¿Quién va a pagar? ¡Schmidt es el pagano!»

Schmidt volvió a redactar el plan de negocios en marzo y abril de 1992, y aseguró la financiación, lo suficientemente bien, el 5 de octubre de 1992. Aunque hubo algunos momentos de euforia, Lipsky y Ray estaban decepcionados con Allen & Co. En lugar de recaudar los siete millones que necesitaban, los banqueros juntaron unos míseros 3,3 millones, y tuvieron que pagarles trescientos mil dólares, con lo cual October comenzó realmente con tres millones de capital de funcionamiento. «Eran unos miserables», dice Lipsky. «No estábamos seguros de si sólo lo hacían para conseguir que nos fuésemos, o si estaban probando nuestro temple, como si dijeran: "Si estáis tan condenadamente convencidos de lo que podéis hacer con nada, eso es lo que os daremos: nada."» Además, Lipsky no pudo evitar darse cuenta de que su participación y su control se habían ido diluyendo poco a poco, por no decir disolviéndose. Y añade: «Lo que empezó conmigo como propietario del ciento por ciento de nada, y conmigo y con Bingham siendo dueños del cincuenta por ciento de nada, y luego, con Bingham, Malin y yo como dueños de una tercera parte de algo que no valía nada, se convirtió en cuatro personas que poseían el veinticinco por ciento de algo que no valía nada. Y, por supuesto, una vez que hicimos el trato con Allen & Co., nos convertimos en empleados con pretensiones. De repente todos tuvimos que presentar informes a un consejo y terminamos ocupando un solo asiento en una junta de ocho personas. Nuestra autonomía no corrió peligro; ¡fue eliminada!»

Lipsky *et altri* se encontraban con limitaciones financieras. Añade: «Teníamos la capacidad de tomar las decisiones que queríamos

hasta cierto umbral económico –setecientos cincuenta mil dólares por título para la adquisición combinada y copias y publicidad–; por encima de eso necesitábamos la aprobación del consejo.» Y los inversores, un surtido de banqueros, «nos machacaban preguntando cómo íbamos a ganar dinero, sobre su estrategia para la retirada, cómo iban a salirse. Esa gente no invertía en el futuro de Jeff Lipsky, Bingham Ray, Amir Malin o John Schmidt. Su pasión era el dinero. Nuestra pasión, o, al menos, la pasión de Bingham y la mía, era el cine. E hicimos muy buen negocio fusionando esas dos pasiones, al menos los primeros dos años.»

En octubre de 1992, October Films estaba lista para salir a la pista de baile. Para los productores y directores el señuelo fue: «October era la versión más amable y suave de Miramax. Ahí no tienes que tratar con Harvey Manostijeras.» La primera adquisición, *Vivir hasta el fin*, de Gregg Araki, venía mendigando una distribuidora desde el Festival de Sundance. October la compró por una miseria (cien mil dólares; la película sólo había costado treinta mil), la estrenó por no más de trescientos mil y consiguió que recaudara 1,4 millones. Tampoco les fue mal con la francesa *Todas las mañanas del mundo*, ni con *The War Room*, documental de D. A. Pennebaker que convirtió a James Carville en una estrella menor. Al mismo tiempo, explotaron las fuerzas de Malin, que hizo tratos de televisión y vídeo con títulos como *Chain of Desire; Hold Me, Thrill Me, Kiss Me* y *Free Fall*, mientras sacaba entre doscientos mil y cuatrocientos mil dólares al año del fondo de Cinecom. «Habría sido muy difícil lanzar October como una distribuidora de películas de arte», dice Schmidt. «Era mucho más viable con la mira puesta en el vídeo. Para nosotros, el vídeo era una importante fuente de beneficios.» Hasta Ray tuvo que darle la razón a Malin: «Era un tipo realmente inteligente, nos ayudó a desarrollar muchos modelos de estructuras de negociación.»

Con todo, era un trabajo arduo. Ray quería comprar *Reservoir Dogs,* pero no pudo conseguir el dinero. «Era frustrante no poder competir», dice. «Yo quería tener dinero para ir a ver a esos tipos en pie de igualdad. Pero nunca lo conseguimos, y me dije: Muy bien, ¿para qué volvernos locos? Estamos en un mercado muy especializado y tenemos que ser muy listos, ver qué películas

podemos conseguir.» La adquisición de mayor éxito de esos primeros años fue *La última seducción*, de John Dahl. October pagó trescientos mil dólares por los derechos norteamericanos en 1994, y la lanzó en una exitosa temporada en otoño, después de que se pasara, casi sin pena ni gloria, en el canal satélite HBO. *La última seducción* recaudó 5,8 millones. Si había problemas en el camino –y los había–, los socios estaban demasiado entusiasmados para verlos.

Quentin Tarantino, nacido el 27 de marzo de 1963, creció en South Bay, Los Ángeles, una deprimente pero imparable urbanización de casas de cartón cerca del aeropuerto. Criado por su madre con la ayuda de una serie de sustitutos paternos, Quentin, al adoptar el apellido de su nuevo padrastro, el hombre con el que finalmente su madre se casó, se convirtió en Quentin Zastoupil. Cambiaba a menudo de escuela. Era el eterno «nuevo», con un apellido ridículo, aspecto de pertenecer a la familia Munster y una fuerte aversión a los deportes; era el bicho raro, el solitario. «Yo era el tonto, siempre incapaz de estar a la altura de los otros chicos de la clase», dice. Solitario y desdichado, hacía novillos siempre que podía, se escondía en el baño hasta que su madre se iba a trabajar y se pasaba el resto del día en casa, entre historietas y series de televisión; en fin, la pesadilla de cualquier madre. Abandonó los estudios en noveno o décimo cuando tenía quince o dieciséis años, según la versión que uno esté dispuesto a creer, y desempeñó una serie de trabajos a cual más curioso mientras asistía a clases de arte dramático. En 1984 consiguió un trabajo en Video Archives, Manhattan Beach, un imán para todos los obsesos del cine de South Bay. Quentin era el avatar de una nueva ola de cineastas alimentados con cintas de vídeo, el polo opuesto de los llamados «niños mimados del cine» de los años setenta, los que estudiaron en facultades de cine y mamaron de los grandes del cine internacional. «Yo no estudié cine; yo fui al cine», le gusta decir a Tarantino, que confiesa: «La escuela de cine nunca fue una opción para mí. Yo no

fui a la universidad, ni siquiera empecé el instituto. Mi escuela de cine fue el intento de hacer mi primera película *(My Best Friend's Brithday)*. Yo pensaba: Por Dios, la gente gasta pequeñas fortunas para ir a la universidad, y me repetía una y otra vez: "No gastes ese dinero en matrículas universitarias, Quentin. No te lo pienses más y haz una película."»

Roger Avary, viejo amigo de Tarantino, y colaborador en guiones, que también trabajaba en Archives, dejó el Art Center College of Design de Pasadena. «Antes del vídeo, alquilaba copias en 16 mm y leía libros de cine», recuerda Avary. «Oías hablar de películas descritas como si fueran hechos mitológicos. De vez en cuando, nos dábamos un paseo por la ciudad y yo me iba como un rayo a verlas; es decir, si conseguía entrar. Cuando llegó el vídeo, de repente contamos con una base de datos de veinte mil películas. Un día tomé conciencia: ¿Qué estoy haciendo? ¿Por qué voy a la escuela de cine a escuchar a alguien que da clases a la antigua cuando puedo pasarme ocho o diez horas al día sentado, hablando de cine con amigos? Ésa fue la mejor escuela de cine que pudimos tener.»

En otras palabras, con el advenimiento del vídeo, una cultura de la escasez se transformó, de la noche a la mañana, en una cultura de la abundancia, despojando eficazmente al cine de su aureola hierática, de la mística de la imagen que había inspirado a los críticos católicos franceses como André Bazin y, a través de ellos, a toda una generación de cineastas y aspirantes norteamericanos. (Scorsese casi llegó a sacerdote.) El vídeo anunció una Reforma del cine. Siendo ya el «arte democrático», democratizó el cine aún más, haciendo que fuera irrelevante, como deja claro Avary, el papel de los intermediarios: críticos/profesores, los sacerdotes de la religión de la pantalla grande. Sin embargo, evitar el camino de la escuela de cine tuvo su precio, a saber: el sacrificio de la cultura cinematográfica, esa «gran tradición» que en el pasado los académicos se esforzaban por transmitir a los estudiantes. Tan panchos, no mancillados por las influencias civilizadoras, por así decirlo, los adolescentes con retraso, como Tarantino, preferían las películas de artes marciales a, por ejemplo, Eisenstein o Renoir; en

consecuencia, el vídeo posibilitó un nuevo brutalismo del cual Tarantino llegó a ser el principal y más consumado profesional.

Avary, cuya larga cabellera blanca le caía como hebras de maíz a ambos lados de la cara, conoció a Tarantino en 1984, en los Archives: «No me cayó muy bien cuando lo conocí», recuerda. «Era mucho mejor cineasta que yo. Tenía una increíble mente enciclopédica y una memoria fotográfica. Hacíamos el turno juntos. Quentin ponía una peli, yo le ponía peros sólo para desafiarlo y él me explicaba lo que tenía de bueno esa película y me decía que yo era una mierda simplemente porque no me gustaba; yo le hacía lo mismo, y al cabo de un tiempo de andar así, me di cuenta de que era un gran tipo.» Los miembros de la panda del videoclub rivalizaban entre ellos por nimiedades de las películas, discutían con violencia –ningún filme era demasiado malo para provocar un estallido temperamental o para enterrar una amistad– y se gastaban bromas. En la trastienda había una sección de porno gay masculino; un día, Avary, que es hetero, se quedó de una pieza al descubrir que su amigo había colgado allí una fotografía suya, con este bocadillo encima de la cabeza: «Hola, soy Roger, trabajo en Video Archives y me gustaría recomendaros unos cuantos títulos X, Y y Z.» Recuerda Avary: «Realmente me convenció de que lo dejara colgado ahí un tiempo; Quentin rezuma un líquido parecido a una pócima mágica, pura fachada.»

Tarantino, como Avary, escribía sin parar, febrilmente, pero aún no se consideraba un verdadero guionista. Escribía para actuar; o, mejor aún, para dirigir. «Parecía un actor, alguien que no tenía control sobre su destino», dice ahora el director. «A menos que me convirtiese en una especie de mierdosa estrella de segunda fila, seguiría haciendo pruebas a los cincuenta y cinco años, como muchos de mis protagonistas, que eran actores de carácter. También observé que las películas independientes no ayudaban mucho a los actores que trabajaban en ellas. Eran los directores los que se hacían conocidos, no los actores. Un director hacía una película independiente y luego iba y hacía otra.»

La pandilla de Archives se pasaba el tiempo leyéndose guiones escritos por ellos mismos, e intercambiaban escenas y diálogos.

«Íbamos a ser los hermanos Coen, Roger en el papel de Ethan y yo en el de Joel», dice Tarantino. Cuando, en 1987, le preguntó a su amigo si podía leer un breve guión que había escrito, llamado *The Open Road*, y si querría trabajar en él, Avary, sin dudarlo, le dijo que sí. «Para entonces yo adoraba a Quentin», dice. «Pasaron los meses y un buen día apareció con un montón de papeles, todos escritos a mano, casi ilegibles, las palabras escritas como se pronuncian. Ahí no había nada que pudiese calificarse de gramática, de puntuación; además, había cortado algunas páginas, había vuelto a pegarlas y a cambiarlas de lugar. Puede decirse que en eso puso literalmente todo lo que siempre había querido hacer, retazos de *Reservoir Dogs*, de *Asesinos natos*, de *Pulp Fiction*. Pero Quentin escribía como hablaba; por tanto, ahí estaba su voz. Cuando terminé de leerlo me puse a llorar. Apenas quedaba nada de mi guión original, pero él le había agregado emoción, garra, algo que estaba más allá de lo que yo había escrito. Y dije: «Tienes que pasarlo a máquina, no creo que haya nadie dispuesto a sufrir tanto. Tienes que hacerlo.» Era *Amor a quemarropa*.

En 1989, tras cinco años de lucha, Tarantino decidió atacar por su cuenta. Recuerda: «Cada seis meses celebraba mi fiesta de Odio a Quentin Tarantino; es decir, me pasaba la noche despierto repasando todo lo que no funcionaba en mi vida, preguntándome por qué no hacía lo que se suponía que tenía que hacer. Y me decía cosas como: Eres un capullo. En realidad, eso me ayudaba a avanzar. Me decía: Estás juzgando tus progresos por lo que dicen tus amigos del videoclub; comparado con ellos, lo que haces es pura mierda, pero ellos tampoco están haciendo nada que pueda considerarse una carrera. Tienes que largarte de una vez de South Bay, dejar Video Archives, irte al maldito Hollywood porque es ahí donde pasan las cosas. Si corres con los rápidos, avanzarás rápido, aunque vayas a la cola. Cuando amaneció, ya había decidido lo que iba a hacer.»

En el otoño de 1990, Tarantino y Avary decidieron escribir un cortometraje basándose en la teoría de que les sería más fácil que un largo. Pero no tardaron en darse cuenta de que nadie produce cortometrajes, por lo cual el filme terminó siendo una trilogía, con una parte dirigida por Tarantino, una por Avary y otra por un tercer

director que nunca se materializó. Cada uno de ellos terminó alargando su parte hasta convertirla en un guión para un largometraje: Avary en *Pandemonium Reigns*, y Tarantino en *Reservoir Dogs*.

Para producir su película, Tarantino formó pareja con Lawrence Bender, ex bailarín y actor. Bender le llevó el guión a Harvey Keitel, que se comprometió, y con la ayuda del director Monte Hellman *(Carretera asfaltada en dos direcciones)*, el guión finalmente llegó a Richard Gladstein, de Live Entertainment, la compañía de vídeo dirigida por José Menéndez hasta que sus hijos lo mataron a balazos mientras veía la televisión en 1996. «Monte dejó el guión en mi casa, no en el despacho; cuando entré, abrí el paquete y leí la primera página», recuerda Gladstein. «Decía: "*Reservoir Dogs*, escrita y dirigida por Quentin Tarantino." Al leerlo me asusté un poco. También decía: "Borrador definitivo." Cuando dejé las llaves, empecé a leerlo y no paré hasta llegar al final. Quedé totalmente anonadado.» La primera vez que se reunieron, Tarantino dejó bien claro que no iba a permitir que lo hicieran a un lado. Dijo: «Esta película la haré yo aunque tenga que hacerla en el patio de mi casa, con cinco amigos y mi cámara de vídeo, ya tarde tres días, tres meses o tres años.» Eso le pareció bien a Gladstein, que, impresionado por el guión, había decidido hacer la película con Tarantino a menos que el novato fuese un absoluto chiflado.

En aquellos días, Live Entertainment nunca presupuestaba guiones. Gladstein fue a ver a su jefe y le dijo: «Para el vídeo, es una panda armada más Harvey Keitel; ¿cuántas unidades podemos vender si no la estrenamos en cines?» La respuesta fue: cincuenta mil unidades a cincuenta y seis dólares cada una. Como recuerda Tarantino: «Live Entertainment decidió invertir dos millones para hacer la película con Harvey y alguien más; pero no conseguimos a nadie. Lo único que teníamos era "Harvey y alguien más". Por lo tanto, fracasó. Luego, los de Live dijeron: "De acuerdo, si no conseguimos a nadie más, haremos la película con Harvey por 1,3 millones." Me quedé horrorizado. Hay una gran diferencia entre "Harás la película *si"* y "Harás la película".»

Hasta cierto punto, todas las películas tratan de sí mismas;

leyendo el guión de *Reservoir Dogs* a la luz de la historia de la vida de Tarantino, de su salida, como una mariposa exótica, del capullo de Video Archives, no es difícil interpretarlo como la historia de su propia creación. A rebosar de bromas, de alusiones y de fragmentos de diálogos seleccionados de esos cinco años en el videoclub, el golpe para conseguir el gran éxito, por hacerla, Tarantino –el que logró salir de ahí, el que realmente dirigió una película– es, a la vez, Mister Orange, el que los traiciona, y Mister White,* el ladrón veterano que, pese a todo, lo quiere y lo perdona. *Reservoir Dogs* expresa los complejos sentimientos de culpa de Tarantino respecto de sus amigos por aprovecharse de ellos primero y luego abandonarlos, junto con la ansiedad por que lo absuelva un padre, esa figura paterna que él nunca tuvo pero que encontró en Keitel, que apadrinó la película e interpretó el personaje de Mister White.

Justo antes de que programaran el inicio del rodaje de la película, Tarantino fue a un taller de Sundance de dos semanas. «Creía que los talleres de Sundance eran lo mejor que había», dice ahora. «Y en realidad llegué y vi que todos esos profesionales, Sydney Pollack, Ulu Grosbard, todos esos coordinadores, todo ese dinero que se gastaba en mí y en otras ocho personas, ninguna de las cuales había hecho nada, sólo para que pudiéramos causar la mejor impresión... En fin, todo eso me desbordó. Nunca me había ocurrido nada igual, nunca. En mi vida nadie había creído nunca en mí.»

Pero se desencadenó una tormenta en el paraíso. Tarantino rodaba sus escenas de manera totalmente anticonvencional, en tomas largas. Stephen Goldblatt, el cámara *(The Cotton Club),* era uno de los coordinadores del taller. Un día, asomó la cabeza en la sala de montaje; Tarantino gritó: «Eh, acabamos de montar la escena.»

»"Estupendo, me encantará verla."

»A nosotros nos parecía cojonuda, pero a él le pareció horrorosa y dijo: "Tendréis que cortar mucho."

»"Y una mierda. Quería experimentar con tomas largas. Cuando Godard..."

»"A mí también me gusta Godard, pero ya tengo bastante." Y la

destrozó. Luego dijo: "Lo que más miedo me da de esta película es que tienes el dinero para hacerla. Y mira lo que has hecho. Puedo asegurarte que si hicieras esto en una película de verdad, te despedirían." Eso era precisamente lo que me daba miedo, que me despidieran. Porque no suelen permitir que gente como yo dirija una película.»

Con el fracaso de *Kafka, la verdad oculta*, y los proyectos en conflicto muertos y enterrados, Soderbergh se dispuso por fin a leer *El rey de la colina*. Estaba en Los Ángeles, trabajando en el guión a finales de abril y principios de mayo de 1992, cuando se produjeron los tumultos de Great South.* La historia de *El rey de la colina*, acerca de un niño con una madre ausente y un padre que sólo aparece de vez en cuando, presentaba algunas semejanzas con la infancia de Soderbergh. El matrimonio de sus padres no había ido muy bien que digamos, y a su madre le interesaban los fenómenos paranormales, dar lecturas, organizar sesiones de espiritismo. Como dijo una vez Betsy Brantley, la madre es «la pesadilla que se cierne sobre todos los sueños de Steven». «Tenía que ser algo personal», recuerda la productora Barbara Maltby. «El libro y lo que vio en el libro eran dos cosas diferentes. El libro es una comedia sobre un niño optimista e indomable. En nuestra primera reunión para tratar del guión, Steven la convirtió en una especie de tragedia. El niño tenía que ser una versión de sí mismo.» *El rey de la colina* no era todavía un proyecto con luz verde en Universal, y Soderbergh necesitaba el apoyo de Redford. Se celebraron muchas reuniones en el estudio con la presencia de Redford; a algunas asistió incluso Tom Pollock, jefe de Universal. Casey Silver, jefe de producción, organizó la agenda de Redford. No obstante, el actor se las ingenió para cancelar algunas reuniones, y en otras directamente ni se presentó, irritado tal vez porque Soderbergh lo había hecho esperar en la cola, o más probablemente, gastando el tiempo de Redford. A veces llamaba en mitad de una reunión entre Soderbergh y Maltby, se

pasaba un largo rato hablando con la productora, diciéndole que tenía la seria intención de llamar a Soderbergh porque, al parecer, le hacía sentir culpable saltarse tantas reuniones. Pero nunca lo llamó. Dice Soderbergh con delicadeza: «Hubo una serie de decisiones y medidas por parte de Redford que me hicieron muy infeliz, me costó entenderlas.» Universal insistía en que el presupuesto no superase los ocho millones, lo cual significaba que todo el mundo tenía que aceptar pagos aplazados, «como había pasado con *Kafka* y con *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*», dice Soderbergh. «Yo, siendo el director, estaba acostumbrado a bosquejar el plan de aplazamientos de pagos. Redford quería el mismo trato que todos los demás. Yo quería que él aplazara su parte un poco más que los productores y yo, puesto que se trataba de un proyecto que nosotros llevamos a Wildwood.» Redford se negó y dijo que la petición de Soderbergh le parecía un insulto. Estuvimos dándole vueltas a la cuestión días y semanas enteras, pero él se mantuvo inflexible. Al final, genio y figura, Redford se salió con la suya. Soderbergh hizo constar su decepción y no se habló más del asunto.

Luego, un día, durante los preparativos del rodaje, Mark Johnson, jefe de Baltimore Pictures, le preguntó a Soderbergh si estaría a dispuesto a considerar la posibilidad de dirigir un proyecto titulado *Quiz Show (El dilema)* y le envió el guión, que llevaba años dando vueltas por los estudios en busca de un productor. Johnson dijo: «Quiero que leas esto y veas si te gusta.»

Quiz Show trataba de los conocidos escándalos que envolvieron a los concursos televisivos de los años cincuenta. Soderbergh lo leyó, llamó a Johnson y le dijo: «Es perfecto, filmaría este guión ahora mismo [tal como está].» Johnson le contestó: «¡Fantástico!» Soderbergh mantuvo conversaciones con Richard Goodwin, en cuya novela se basó el guión, y se reunió con Tim Robbins, que había aceptado interpretar el papel de Charles Van Doren.

Entretanto, Gail Mutrux, que trabajaba para Johnson, debió de enseñarle *Quiz Show* a su marido, Tony Ganz, que casualmente era el jefe de Wildwood. A su vez, Ganz debió de enseñarle el guión a Redford, que decidió que era él, y no Soderbergh, el que tenía que dirigir esa película. Por supuesto, Soderbergh desconocía la afición

de Redford a apropiarse de vez en cuando de un proyecto, y de las manos de los mismos directores independientes que Sundance supuestamente cuidaba. Si hemos de creer lo que dice Denise Earle, Redford lo había hecho con *The Giant Joshua,* y volvió a hacerlo con *El río de la vida*. En 1983, la productora Annick Smith había comprado los derechos del libro de Norman Maclean –*A River Runs Through It*, un relato corto autobiográfico– con un préstamo de quince mil dólares de Sundance. Seguidamente contrató al guionista Bill Kittredge y también a Richard Pearce, que había dirigido *Heartland*. En 1985, Smith llevó al taller un esquema de la película. Dos años más tarde, cuando los derechos estaban a punto de caducar, se enteró de que Redford estaba interesado. Se le cayó el alma a los pies, porque ya sabía lo que eso significaba. «Cuando Redford empieza a controlar un proyecto, es *su* proyecto», dice Smith. «Y se apropió de mi espectáculo.» De hecho, Redford fue a ver a Maclean y compró los derechos. Con Redford como director, Pearce quedó fuera de juego. (Finalmente, Smith y Kittredge figuraron como coproductores en los créditos.)

«Redford trabaja de una manera olímpica», dice Pearce. «No sé si tenía alguna idea de lo mucho que yo deseaba hacer esa película. Un amigo me dijo algo que me ayudó a entenderlo, me dijo que Redford es como una mujer hermosa que vive sin hacer caso del caos que provoca cuando se mueve por el mundo. Pero una cosa digo: si tuviera un proyecto que alguna de las empresas de Redford pudiera codiciar, dudaría en enviárselo, por lo que pasó con *El río de la vida.»*

Smith está resignada: «No hay nada siniestro en eso. Redford no está obligado a mantenerse apartado de todo lo que se comenta en Sundance. No todo hay que hacerlo observando la ley a rajatabla; allí no hay ley.» Y añade Howard Klein, de la Fundación Rockefeller, ex miembro de la junta: «En Rockefeller yo tenía un criterio estricto en lo tocante a la concesión de becas; nunca acepté una pieza de un artista. Pero no estoy seguro de que Bob tuviera claro que él no debía tocar la mercancía. Había muchísimas zonas grises y él venía de otro mundo.»

En 1990, Redford, dando vueltas por su despacho de Nueva York,

rechazó estas acusaciones. «Este asunto lleva diez años persiguiéndonos», dijo. «Han corrido muchos rumores sobre cosas que hemos hecho y creo que no son ni ciertos ni justos. La gente dice: "Bueno, Redford está apropiándose de los proyectos." Me aparto, no quiero para mí ninguno de esos proyectos.» Pero no está tan claro que realmente haga caso de las acusaciones. «Yo no tenía conciencia de estar echando a nadie», dice al referirse a *El río de la vida*. «Todos unimos nuestras fuerzas. Ahora, a decir verdad, no me va muy bien trabajando con mucha gente. Por eso dije que lo que simplemente quería era desarrollar esto yo mismo. ¿Voy a ser capaz de hacerlo o no? Annick se portó muy bien y dijo: "Sí."» Redford no podía permitirse que lo vieran como a alguien capaz de apartar a empujones a un prometedor director independiente, mucho menos al director de la película que él producía, que también estaba ocupado criticando su festival. En Hollywood, nadie revela jamás sus verdaderas intenciones, sobre todo cuando es una intención fea; en consecuencia, el mensaje que Johnson le transmitió a Soderbergh fue más o menos éste: «Lo sentimos mucho, pero TriStar, que va a financiar *Quiz Show*, está lista para empezar. No estás disponible porque estás rodando. Vamos a enviar el proyecto a otros directores. Ya tenemos una lista.» Pausa. «No hay nadie disponible en esa lista... pero, sorpresa, a Bob Redford le interesa el guión. Y puede empezar mañana mismo.» Nada de eso le parecía lógico a Soderbergh, que pensó: Es una treta. Si tú quisieras hacer una película ya mismo, y si quisieras que te la hicieran bien, habrías llamado a Sidney Lumet, que trabaja rápido, no a Redford, que trabaja a paso de tortuga. Soderbergh se limitó a decir: «Oh.» Estaba enfadado porque Redford no lo había llamado personalmente para darle la mala noticia. Al fin y al cabo, pensaba que tenían una «relación». Y dijo: «Yo lo habría llamado. Creo que la mayoría habría llamado.» Pero no podía hacer nada. (Más tarde Redford dijo que no llamó a Soderbergh porque Johnson le había dicho que él se ocuparía de hacerlo. Sin embargo, en aquel momento, cuando varias personas se lo recordaron, se hizo el sorprendido y dijo: «Bueno, si hubiera sabido que Steven quería de veras que lo llamase...» Y prometió llamarlo. Pero nunca lo hizo.)

Soderbergh terminó de rodar *El rey de la colina*, y casi había terminado también con la posproducción, cuando sonó el teléfono, un sábado de febrero de 1993, en el espantoso apartamento de tres habitaciones que el director compartía con unos amigos en Elmer Avenue, North Hollywood. Aún estaba montando la película, ajustando y afinando el montaje. Había un par de cosas con las que no había quedado satisfecho y consideraba la posibilidad de volver a filmar algunas tomas, básicamente el final. Era Redford quien llamaba. Hablando de la falta de cooperación entre ambos, dijo: «Mira, sé que tenemos que hablar de muchas cosas, pero antes ¿podría ver *El rey de la colina*? No me importa el estado en que la tengas.» Soderbergh, que no sabía muy bien qué hacer, dijo: «Sí. ¿Cuándo quieres verla?»

«Mañana.»

«Espera; veré qué puedo hacer.»

«Estupendo. La veo y después hablamos.»

«Mañana» era domingo y Soderbergh tuvo problemas para encontrar un proyeccionista, pero al final se las arregló para montar un pase en Skywalker Sound, Lantana, en West Olympic, cerca de Bundy. Dice el director: «Esa conversación del sábado fue la última que mantuve con él.» Redford nunca le dijo nada de *Quiz Show*, y jamás volvió a hablarle de *El rey de la colina*.

Más tarde, el joven director supo que a Redford no le había gustado la película. Se cuenta que dijo: «No es mi estilo; yo la habría filmado de otra manera.» Parecía lógico, porque, según Soderbergh, Redford anunció de repente: «Voy a quitar mi nombre; yo no hice nada en esta película. Fui a comer con Hotchner; por lo tanto, no creo que sea un proyecto en el que deba figurar mi nombre.»

«Muy bien. Pero si no has hecho nada, ¿de veras crees que es adecuado aceptar el resto de lo que te deben? Todo no se puede tener. No puedes decir que no hiciste nada y cobrar el resto de tus honorarios. ¿Qué piensas hacer?»

«Dejar mi nombre y cobrar el dinero.»

Para entonces, Cannes ya había aceptado *El rey de la colina*. «Estaba muy cabreado y sin ningunas ganas de dar el brazo a

torcer», recuerda Soderbergh, que le dijo a Redford: «Vamos a dejarla como está; quita tu nombre. Y si me veo obligado, seré un jodido bocazas.» Amenazó con hacer pública la fricción y la cuestión quedó zanjada. (Redford le echó la culpa a Soderbergh afirmando que, cuando, tras muchas vueltas, empezó el rodaje, él estaba fuera trabajando en otros proyectos. Y añadió: «Tardó tanto en empezar que me quedé sin tiempo y no pude hacer nada.»)

En 1994, Soderbergh recibió una carta de Redford invitándolo a asistir a «Lo mejor de Sundance», un evento que tendría lugar en Tokio. No se molestó en contestar. Después de que Redford dejara su huella en la espalda del joven director, terminó la luna de miel entre el Festival de Sundance y su más famoso discípulo. Dijo Soderbergh: «La imagen que se da [de Redford] –el Redford amigo del directorno fue la que yo tuve ocasión de conocer.»

Cuando terminó el Festival de Sundance, *Reservoir Dogs* seguía aún sin encontrar distribuidor. Gladstein recuerda que se fue de Park City dudando de que la película llegase a estrenarse en cines. Con todo, Hoving y Tusk estaban ansiosos por comprarla. Tampoco Weinstein había asistido. Tusk recuerda que, como parte del programa de ajuste del cinturón, «nos hacían comprar billetes de avión no reembolsables. Te decían: "No puedo cambiar el billete de vuelta a Nueva York; por lo tanto, ve a Los Ángeles." Por eso me llevé la copia de *Reservoir Dogs* de Sundance a la sala de proyecciones de Carolco, en West Hollywood, para enseñársela a Harvey y a Bob.» Al cabo de veinte minutos de proyección, Harvey empezó a irritarse un poco. Tusk le dijo: «Tranquilízate. Confía en mí.» La película terminó. Harvey dudada, temiendo que fuera un hueso duro de colocar en las taquillas aunque tuviera buenas críticas, lo cual parecía cuestionable, dada la carnicería que tenía lugar en la película. Al regresar a Nueva York, los hermanos volvieron a proyectarla; dieron unas vueltas por el despacho,

sondeando al personal. Ben Zinkin, un asesor externo, dijo: «Es probablemente la peor película que he visto en mi vida.»

«¿Russell?»

Russell Schwartz, jefe de márketing, respondió: «No es mi estilo. Paso.»

«¿Marty?»

«En realidad, podría hacer tanto dinero como *Sangre fácil*», dijo Zeidman. Pero a muchos de los jóvenes empleados les fascinó. Recuerda Gladstein: «Harvey me dijo que fue el entusiasmo del personal lo que le empujó a comprar la película. Creo que fue más una compra de Bob que de Harvey.» A Harvey le molestaba especialmente la escena del rebanamiento de la oreja. «Me daba miedo que repugnase a las mujeres», dice. Y utilizó a Eve, su mujer, y a su cuñada Maude, como conejillos de Indias en algunas proyecciones, como hacía con todos los demás. «Cuando llegaba la escena de la oreja, saltaban de las butacas como accionadas por un resorte», recuerda Harvey. «Mejor lo dejamos correr; las mujeres se van.» Al salir de la sala, Eve se volvió hacia él y le dijo: «No me importa lo buena que sea; ¡es repugnante!» Y Harvey pensó: Se parece a mi madre cuando dice: «Cepíllate los dientes y lávate la cara.» Harvey quería impresionar a Tarantino, pero recuerda: «Daban vueltas en círculo delante de la sala de proyecciones, cabreadas conmigo, cabreadas con Quentin y con la película. Enfadadas.» Avergonzado, le pidió al director que lo disculpase. Tarantino, exasperado, repuso: «¡No la hice para tu mujer!» Eve y Maude se quedaron unos cinco minutos fuera de la sala. Luego volvieron y vieron el resto. «Creí que detestabais esta película; ¿cómo es que habéis vuelto?», preguntó Harvey. Y Eve respondió: «Queríamos averiguar qué pasaba.»

Pero Harvey no se dio por vencido. Tarantino, incrédulo, dijo: «¿Qué? ¿Quieres cortar la escena de la tortura?» El copresidente tenía su manera de ocultarse y, después, de apuntar directamente a una escena clave, la que mejor expresaba la voz personal del director, la que hacía que la película fuese, en este caso, «una película de Tarantino», y tratar de quitársela de encima. «Sin esa escena, la película es totalmente convencional», le dijo Harvey al

director. «Con esa escena, tendrás que archivarla en una caja. Sin esa escena yo podría estrenarla en trescientas salas. ¡Hay una gran diferencia! Treinta segundos cambiarían la suerte de esta película en el mercado norteamericano.»

«Menudo problema si esperan que *Reservoir Dogs* sea como *Pretty Woman»*, replicó Tarantino. «Nunca fue la intención de esta película ser todo para todos. La hice para mí, y todo el mundo está invitado. No insistas, la escena se queda.» Recuerda el director: «No tuve que cortar nada porque Harvey compró la película tal cual estaba. Claro que para él eso no significaba nada. Organizó una proyección a manera de estudio de mercado, en la sala de Miramax. Sus subalternos asistieron para hacer bulto. Harvey quería cortar unos diez minutos invisibles. En particular, la escena de la tortura. Hubo un momento entre Harvey y yo en el que realmente se decidió nuestra amistad.» Tarantino recordó su experiencia en el taller de Sundance, donde todos los coordinadores habían criticado esa escena. Para él, había sido una especie de inquisición de mesa de merendero. «Hacía un hermoso día de verano, los pájaros revoloteaban y piaban a nuestro alrededor, y toda esa gente no hacía más que decirme: "¡Eres una mierda!"» Dice ahora: «Creo que la mayoría de los directores son unos cagados», dice ahora. «Si no podías manejarlo en Sundance, con gente que tiene la mejor de las intenciones, ¿cómo vas a soportarlo cuando te toque nadar entre tiburones, cuando te veas encerrado en una habitación con Harvey Weinstein y tengas que luchar para salirte con la tuya, luchar sin alejar a la gente, sino simplemente haciendo tu trabajo, es decir, protegiendo a tu criatura?

»Harvey decía: "¿Qué te parece esto? Déjame que se la pase a mis chicos, deja que ellos intenten montarla. Ya veremos si nos gusta. No vamos a tocar tu película. Es en vídeo. Le das al botón de borrar y adiós. Déjame probar." Yo sabía que para mí eso significaba la muerte, permitir que alguien viniera y comenzara a joderla. Pero no era fácil decir que no porque Harvey no se sale con la suya gritando y aullando como un loco. Si fuera así, sería fácil lidiar con él. Se mostraba muy razonable, muy amable; una vez se puso a soltar los nombres de todas las películas con las que había

trabajado. "A la película de Steven le quité diez minutos..." Trataba de seducirme y yo no quería defraudarlo. Quería que me aceptaran y me dejaran formar parte de esa familia que había hecho tantas buenas películas, quería decir que sí sólo para hacerlo feliz. Pero no podía. Y lo que dije fue: "No, Harvey, creo que la película es perfecta tal cual está. Creo que la escena de la tortura... Sí, de acuerdo, le deja un hueco menor en el mercado, pero creo que es uno de los grandes momentos de la película." Hubo una pausa de una milésima de segundo y Harvey dijo: "Muy bien, de acuerdo, ¡pero no olvides nunca que es Miramax la que permite que tu película se estrene exactamente como tú quieres!" Todo se reduce a breves momentos, y ese momento decidió el resto de mi carrera. Con cualquiera y con todo el mundo. Se parece a esa frase de *El color del dinero*: "Si sabes cuándo es el momento de decir que sí, y cuándo el momento de decir no, todo el mundo vuelve a casa en Cadillac."»

Reservoir Dogs se estrenó el 23 de octubre de 1992 en Nueva York. Dice David Linde: «Cuando se estrenó, todos estábamos tensos porque a Miramax se le habían agotado los éxitos e intentaba que esta película diera el salto.» Pero no fue así. Aunque los Weinstein dejaban su impronta distribuyendo películas artísticas como si fueran películas convencionales, en el caso de *Reservoir Dogs*, por irónico que pueda parecer, ocurrió lo contrario, o al menos eso pensó Tarantino, que se quejó de que Miramax comercializara su película como un filme de arte. Recuerda el director: «Miramax le había dado por culo a Live Entertainment con *Truth or Dare (En la cama con Madonna)*, que Live había querido para vídeo un año antes; por eso, cuando se dio vuelta la tortilla, Live se lo hizo pagar a Miramax», y llegando a un acuerdo tan duro que pocos fueron los incentivos de los Weinstein para promocionar la película. Todo sumado, fue, probablemente, la despedida menos prometedora jamás dada a alguien destinado a convertirse en un cineasta de primera línea. *Reservoir Dogs* sólo recaudó unos 2,5 millones pese al aluvión de buenas críticas. Bender, el productor, no quedó nada contento. «Creo que podrían haberlo hecho mucho mejor», dice. «Ojalá se hubieran esforzado más.» *Reservoir Dogs* recaudó más del doble en Inglaterra (seis millones), donde, de hecho, se estrenó

como una película convencional. Además, se vendió muy bien en vídeo, unas ventas de las que los Weinstein sólo tenían un pequeño porcentaje: más de cien mil unidades en los Estados Unidos y probablemente la misma cantidad a escala mundial. (El vídeo se prohibió en Inglaterra.) En el año 2000, *Reservoir Dogs* ya había recaudado unos veinte millones en todo el mundo. Dice Tarantino: «No está nada, nada mal.»

Puede decirse que el director le devolvió con creces la deuda a Keitel. Para este actor de éxito tardío, su memorable papel en *Reservoir Dogs* dio un nuevo ímpetu a una carrera que había transcurrido a la sombra de Robert De Niro. Keitel también hizo una maravillosa interpretación en *El piano*, y a partir de ahí se convirtió, en cierto modo, en un actor de repertorio de Miramax. Sin embargo, y aunque resulte irónico, los Weinstein terminaron siendo un grano en el culo. Keitel y De Niro, dos tipos salvajes y chalados, habían sido vecinos muchos años en Tribeca antes de que el lugar se pusiera de moda, cuando en el barrio sólo había naves industriales, basura y ratas. Años antes de que Miramax se instalara allí, los dos actores eran «el Harvey y el Bob» del vecindario. Sin embargo, sólo había lugar para «un Harvey y un Bob» en Tribeca y, a medida que Miramax fue prosperando, los Weinstein fueron los únicos que pudieron alardear del derecho a llamarse así, Harvey y Bob. Cuando el ayudante de Keitel iba a Nobu a pedir sushis para el almuerzo del actor, a menudo la comida aparecía en el escritorio de Weinstein, lo cual ponía frenético a Keitel.

El éxito de Tarantino irritó a los chicos de Video Archives, que, con excepción de Avary, habían dejado de ser amigos. Tanto en *Reservoir Dogs* como en *Amor a quemarropa*, dirigida finalmente por Tony Scott, detectaron trocitos de conversaciones, historias y bromas que reconocieron como propias. Tarantino se había apropiado de todo lo que le rodeaba sin pedirle permiso a nadie, y cuando abandonó a sus amiguetes, éstos se enfadaron. Según uno de ellos, Rand Vossler: «No hubo en esos dos años y medio un solo día que no pasáramos juntos, trabajando. Quentin y yo éramos carne y uña. Dormía en el suelo de mi casa. [Pero] ahora es el señor Tarantino. Y se hizo muy, muy difícil comunicarse con él, porque una vez que la

bola empezó a rodar con *Reservoir Dogs*, ya no hubo quien la parase. Quentin no tenía tiempo para ocuparse de nada de lo que yo estaba haciendo.»

Allison Anders le había pedido a Bumble Ward, el publicista que compartía con Tarantino, que los presentara. Tarantino había tenido una relación intermitente con Grace Lovelace, el amor de su vida, y ahora estaban peleados. El director parecía tener requisitos bastante específicos en la sección «amiguitas». Por ejemplo: a la chica de turno tenía que gustarle sentarse en tercera fila. Y tenía que gustarle *Río Bravo.* «Además, no podía ser muy exigente en lo relativo a mi higiene personal», añadió el director. «Tiene que ser muuuy tolerante. No me refiero al olor a transpiración, pero la gente tiene un olor natural y a ella tiene que gustarle el mío. Si le causa un gran problema, bueno, puede decirse que eso es el principio del fin.»

En todo caso, Anders y Tarantino conectaron en una fiesta organizada para el lanzamiento de *En la sopa*. Para conocerse les sirvió mucho su historia común de sureños de la clase baja rural.

En el primer encuentro fueron a ver *Pasajero 57*, de Wesley Snipes, y luego regresaron a su apartamento en el Geo Metro rojo que Tarantino se había comprado con el dinero de *Amor a quemarropa* y que tenía el lado derecho del guardabarros aplastado como una lata de cerveza. El apartamento era un desastre, la cama cubierta de tazas de café de poliestireno y bastoncillos de algodón tan negros, que parecían haber estado en algún lugar al que nadie querría ir.

Tarantino vivía casi en la miseria propia del soltero, ocupando un apartamento estrecho y original en Crescent Highs, debajo de Sunset, atestado de carteles de películas, objetos de interés cinematográfico, muñecas y pilas de ropa sucia por todos los rincones. Un retrato de Lovelace dormida, hecha un ovillo en un diván color púrpura, colgaba encima de la chimenea, sobre la cual descansaba la navaja que había sido la gran protagonista de *Reservoir Dogs*. (La oreja estaba «en depósito».) En la pequeña sala de estar destacaba un enorme televisor Panasonic de pantalla rectangular. A Tarantino le aterrorizaba la idea de que las ratas

invadiesen el apartamento, y tomaba medidas para eludir un ataque: todas las noches dormía en una habitación diferente.

Tarantino y Anders se tumbaron en el suelo a escuchar música y a jugar a Mystery Date y a Mr T, dos juegos de mesa que Tarantino sacó de un armario a rebosar de su inmensa colección, basada en películas y programas de televisión. Anders todavía no había visto *Reservoir Dogs*, y en el fondo no quería verla. Y pensó: Muy bien, encuentro número tres: Tendré que ver la película de este chico.

Como muchos otros, Anders adoraba a Scorsese, y le dijo a Tarantino que le había enviado una copia de *Área de servicio*. Y el director dijo: «Sí, sé que ha escrito a Miramax diciendo que *Reservoir Dogs* le gustó mucho.»

«¿De veras? A mí me ha mandado un fax.»

«¿A la compañía?»

«No. ¡A mí!»

«¿En serio te ha mandado un fax?»

«Sí, y voy a ir a cenar a su casa.»

«¿Va a prepararte lasaña? ¿Y yo llevo a ese tipo colgado del cuello como si llevara grilletes?

Tarantino había hecho el circuito de los festivales, con sus *paparazzi*, sus cazadores de autógrafos y sus *groupies*. En uno de sus encuentros, el director dijo: «Creo que voy a escribir un artículo sobre los festivales de cine: "Guía de un director joven para follar en los festivales de cine". Primero hay que escoger los grandes festivales, luego hay que ir a los festivales en la onda y luego a los festivales de los países de los que te gustan las chicas. Si te van las suecas, pues al de Estocolmo.»

«Para nosotras no funciona así», repuso Anders. «No se consigue esa clase de movida con las *groupies*. Yo ligo con menopáusicas. Me siguen a todas partes.»

Tarantino y Anders no estaban hechos el uno para el otro. Seis semanas después de conocerse todavía no se habían acostado. Después de cenar en un restaurante, Tarantino le preguntó: «¿Quieres que te lleve a tu casa o quieres volver a mi apartamento a mirar cómo ordeno mis cintas de vídeo por orden alfabético?»

«Mejor no salir con otros directores», comenta Anders. «Kathryn

Bigelow dice: "Cuatro veces, no más." Yo salí algunas veces con Quentin. Me pasaba el día en la sala de montaje y sentía algo así como: Este chico no puede ser mi novio; me habla de las cosas que guarda en la lata de recortes, de las escenas brillantes que han desaparecido de *Reservoir Dogs*. No me interesa saber nada de ti. Como si fueran pañuelos sucios o algo así.»

Los Weinstein empezaron a salir del pozo en 1992, pero las recaudaciones no repuntaron lo suficiente para permitirles levantar cabeza y salir de la fosa que ellos mismos se habían cavado en los dos años anteriores; la lenta caída de la empresa sólo pareció acelerarse. *Un abril encantado*, de Mike Newell, estrenada el 31 de julio, se convirtió en la más taquillera del año, con 13,2 millones de recaudación. *Mediterráneo*, que obtuvo el único Oscar para Miramax en 1991, recaudó 4,5 millones, mientras *Delicatessen* se embolsaba 1,9 millones. Sin embargo, no hubo «exitazos» comparables a *El juego de Hollywood*, de Robert Altman (Fine Line) ni a *Regreso a Howards End* (Sony Classics), del dúo Merchant/Ivory, cada una de las cuales recaudó unos veinticinco millones de dólares. Los gastos indirectos de los hermanos también aumentaron a medida que empezaron a gastar más dinero en compras debido al sobrecalentamiento del mercado a resultas de la hoguera que ellos mismos habían encendido. Lo peor de todo era que lo que invertían no les reportaba beneficios. *Dust Devil*, la continuación, dirigida por Richard Stanley, de *Hardware, programado para matar*, nunca se estrenó; por su parte, *Tom y Jerry. La película* y *Crímenes de amor* fueron sendos fracasos. Harvey compró *Spotswood*, también conocida como *The Efficiency Expert,* dirigida por Mark Joffe, porque era la primera película de Anthony Hopkins después de *El silencio de los corderos.* Volvió a montarla y la vio morir en noviembre, tras recaudar 101.307 dólares; sólo la «superó» *Johnny Suede*, de Tom DiCillo, que recaudó apenas 13.477 dólares.

La revista *Variety* citó a un distribuidor que, al parecer, dijo que

Miramax «había perdido su ventaja de los primeros tiempos porque habían comprado demasiadas películas». Según esta revista especializada, en septiembre de 1992 Miramax tenía dieciséis películas por estrenar porque no podía permitirse el lujo de hacerlo. La revista se basó en varios informes financieros auditados que demostraban que, en 1989, una vez pagados los impuestos, Miramax registró unos beneficios de 2,64 millones de dólares habiendo ingresado 28,12 millones. En 1990, la compañía disfrutó de unos beneficios de 4,04 millones con unos ingresos de 49,9 millones. Sin embargo, en 1991 los beneficios fueron casi los mismos, 4,35 millones, aunque los ingresos aumentaron un cincuenta por ciento, situándose en 74,09 millones. Estas cifras demuestran lo engañosas que pueden ser las recaudaciones en relación con el cuadro de beneficios totales, y son un buen indicador de lo que debió de gastar Miramax en 1992 sólo para mantener el nivel del año anterior. Los márgenes de ganancia descendieron del nueve al ocho por ciento, y luego al cinco por ciento, en un período de tres años. El negocio del cine es cíclico, y los estudios, que tienen los bolsillos llenos, son capaces de resistir esas inevitables épocas de vacas flacas, pero a una pequeña empresa independiente le resulta muy duro sobrevivir a un año malo y casi imposible aguantar más de dos o tres.

En total, Miramax estrenó veintidós películas en 1992, con unas recaudaciones totales de 39 millones de dólares, es decir, sólo 1,8 millones por película. Su nueva división (Dimension), conocida en la casa como «Dementia», se llevó la palma con *Hellraiser III. Infierno en la Tierra,* que recaudó 12 millones, y también con *Children of the Corn II: The Final Sacrifice*, que se embolsó siete millones con un presupuesto de sólo novecientos mil dólares. Las dos películas dieron cuenta de poco más de una cuarta parte de los beneficios de Miramax. Estas cifras –que no incluyen los anticipos ni los gastos, y tampoco los acuerdos financieros, beneficios secundarios, etc.– nos brindan sólo un atisbo parcial del rendimiento de la empresa, pero lo que efectivamente muestran no es nada bueno. El flujo de caja estaba prácticamente estrangulado. Recuerda Tusk: «Los acreedores llamaban a las puertas de Miramax. Nos decían: "Tenéis cincuenta dólares por día para Cannes."» Con eso no se podía comprar uno ni

una hamburguesa. Se esperaba que los empleados reciclaran el papel y usaran el dorso para hacer fotocopias. En lugar de cambiar el tóner viejo por uno nuevo, los empleados lo reciclaban en las fotocopiadoras. Tenían que pagarse el café, el agua, el aparcamiento. Prosigue Tusk: «Oíamos decir que no pagaban a los vendedores, o que intentaban hacer tratos del estilo "te devolveremos setenta y cinco centavos por dólar." A nosotros siempre nos habían exigido: "Leed todas las revistas que podáis, manteneos al día con las críticas, leed la prensa especializada." Pero de repente la consigna pasó a ser: "Las demás revistas fuera. Os daremos sólo *Variety* y *Hollywood Reporter."*» Los empleados corrían al banco a cobrar los cheques para que no se los rebotaran. (Nunca ocurrió.) Recuerda Stuart Burkin: «Bob venía y decía: "¿No queréis trabajar unos días desde casa? Nos van a cortar la luz y el teléfono." No pagaban las facturas.» Como recordó el propio Bob Weinstein: «Yo solía ir al Chase Manhattan Bank de rodillas; entraba y luego me tumbaba en el suelo, pedía dinero. Intentabas explicarles a los banqueros la película de Jane Campion y de repente, en mitad de una frase, pensabas: ¿Para qué me molesto en hablar?»

En otras palabras, Miramax parecía una de esas casas voladizas de California que amenazan con deslizarse colina abajo y hundirse en el mar cada vez que llueve. La empresa de los Weinstein se asentaba en cuatro patas flojas: la distribución en salas de cine de los Estados Unidos, las salas extranjeras, el vídeo y la televisión por cable. La primera pata siempre cojeaba porque, incluso en los mejores tiempos, los hermanos se dedicaban a una actividad en la que tenían que gastar mucho para ganar poco; además, cuanto más ganaban, mayores eran los costes, y tenían que correr rápido si no querían perder su lugar. Incluso era cuestionable el beneficio que les dejaban las películas consideradas «éxitos»: cuanto más tiempo permanecían en cartel, más tenían que gastar ellos en publicidad, y cuanto más altos eran los ingresos de taquilla, más favorecían a los exhibidores. El trato de Miramax con HBO, que pagaba entre el veinticinco y el treinta por ciento de los costes de producción, estaba a punto de expirar. Esta relación era fundamental para la empresa, porque la clase de producto especializado que Miramax distribuía requería una

población con poder adquisitivo, con cable; por lo tanto, poco valor tenía en la televisión pública. Pero incluso salidas como HBO intentaban ensanchar su audiencia con grandes películas de Hollywood, y cuando HBO se negó a renovar el contrato, se produjo el desastre, especialmente porque Miramax seguía debiendo dinero a varios bancos, incluido el Midland Montague. Dice John Ptak, de CAA, contratado por los Weinstein para tapar el agujero HBO: «Harvey estaba bien jodido.»

No obstante, para cambiar de metáfora, diremos que 1992 se pareció a una vuelta en montaña rusa, con unas bajadas devastadoras seguidas de subidas que dejaban sin aliento. Tony Safford, que se había ido de Sundance para estrenarse como jefe de compras en New Line, llevaba un tiempo insatisfecho, y aprovechó ese momento para cambiar de tercio y pasarse a Miramax. «Son imbatibles cuando se trata de tomar por asalto campamentos ajenos», dice. Safford vaciló a la hora de dejar una empresa que prosperaba para marcharse a otra que se encontraba «siempre al borde, con muchas películas que no funcionaban, con otro montón de películas en los estantes y con los bancos espiando por encima del hombro, pero, para mí, Bob Shaye [de New Line] era una gallina clueca que literalmente se sentaba a empollar en su despacho cuando el sol empezaba a ponerse y, aunque fuera oscureciendo cada vez más, nunca encendía la luz. Por el contrario, Harvey no sólo llevaba el corazón en la mano, sino que lo utilizaba estupendamente, según lo exigiese la situación. En esa época trabajar en Miramax era emocionante.»

Aunque para los Weinstein ajustarse el cinturón significaba cinchar a sus empleados, ellos personalmente no tenían la más mínima intención de permitir que la crisis interfiriese en su estilo de vida. «Eran los reyes del T&E»,* dice Schmidt. Les encantaban los hoteles de lujo, el Beverly Hills de Los Ángeles, el Savoy de Londres, el Hôtel du Cap en Antibes, el Ritz de la Place Vendôme. «Volaban en primera clase; luego empezaron a fletar sus propios aviones. Tenían limusinas y coches con chófer», añade Schmidt. Cuando las cosas no podían estar peor, Michael Kuhn, el jefe de PolyGram, se encontró

por casualidad con Harvey en el Beverly Hills. Kuhn subió a la habitación de Weinstein, una carísima suite en una esquina y estupefacto le escuchó llorar sus miserias y soltarle una arenga sobre la necesidad de reducir gastos y recortar drásticamente el personal. Sin poderse creer lo que oía, preguntó: «Harvey, si las cosas están así, ¿cómo es que te alojas en esta enorme suite?» Y Harvey respondió: «Bueno, yo sólo pago como si fuera una habitación individual.»

«¿Y cómo diablos lo consigues? Yo nunca podría conseguir nada así en esta planta.»

«Porque aquí gasto muchísimo dinero.»

Ese año Miramax había llevado *Reservoir Dogs* a Cannes. A los franceses les encantó; pero, lo que es más importante aún, les encantó Tarantino, que estaba convirtiéndose en una estrella del circuito de los festivales. El director hablaba con cualquiera que se dirigiese a él. Los Weinstein comercializaban directores, y estaba claro que con Tarantino tenían a un ganador.

El festival también brindó a los hermanos la posibilidad de desprenderse de algunas películas que habían comprado pero que no podían permitirse estrenar. Ptak, uno de los pocos pioneros que había labrado el suelo de las preventas y la cofinanciación extranjeras, presentó a Harvey y Jeffrey Katzenberg con la idea de inducir al presidente de Disney a comprar el musical sudafricano *Sarafina!,* protagonizado por Whoopi Goldberg, junto con *Map of the Human Heart (Mapa del sentimiento humano),* de Vincent Ward. Katzenberg visionó *Sarafina*! sólo unos cuarenta minutos y consintió en comprarla junto con un paquete de cinco películas más, para vídeo, por 13,5 millones. «Miramax era el grupo de gente más feliz del mundo», recuerda Ptak. «Estaban a unos seis u ocho meses de la bancarrota. Cuando fui a sus despachos de Nueva York, las secretarias me abrazaron.» (Pero CAA tardó nueve meses en cobrar la comisión.) Además de venderle a Disney ese paquete de películas, Ptak fue el artífice de un trato *first-look,*[*] para producir películas de mayor presupuesto para Miramax, comprando algún tiempo.

Los sindicatos consideraron que la creación de Miramax y la venta

de *Sarafina*! fueron actos de desesperación, indicios seguros de que Miramax ya se acercaba al cementerio de los *indies,* cosa que no estaba muy lejos de la verdad. En palabras de Schmidt: «Sin *Juego de lágrimas* en el cuadro, te quedas sin dinero.» Pero *Juego de lágrimas* estaba en el cuadro. Mucho antes, en el verano de 1982, Neil Jordan, director de *Mona Lisa* (un éxito en las salas de arte y ensayo) había incubado una historia que tituló *The Soldier's Story*, o *The Soldier's Wife*. Pero Jordan, incapaz de resolver los problemas del argumento, lo dejó a un lado para trabajar en *En compañía de lobos*, producida por Palace en 1984. Siete años después, Jordan y Steve Woolley se encontraron en el Festival de Cine de Berlín, donde se proyectaba *Amor a una extraña (The Miracle)*, la última película de aquél, sobre un caso de incesto. Mientras tomaba unas copas con Woolley en un bar de Berlín, el director mencionó el guión inacabado y preguntó: «¿Qué te parece si Dil, la novia del soldado negro que Fergus va a ver en Londres, resultara ser un hombre?» Woolley se lo pensó, decidió que era una idea genial y le aseguró a Jordan que produciría la película, tras lo cual envió el guión a los Weinstein.

«¿Cómo diablos vas a hacerlo?», preguntó Harvey.

«Encontraremos a alguien.»

«No lo creo. Buena suerte.»

Según Jordan, a Weinstein, como a todo el mundo, le daba miedo ese guión, combustible mezcla de raza, política y sexo. Harvey dijo: «La haría si pusiera a una chica en el papel del travesti, porque piensa que, de lo contrario, al público le resultaría inaceptable y demasiado repugnante.» Woolley, que no se desmoralizaba fácilmente, siguió adelante con el apoyo de Channel Four, British Screen y un consorcio de bancos. No resultó fácil encontrar «una nenita con polla» para el papel de Dil. Finalmente, el novio del director Derek Jarman recomendó a Jaye Davidson, un *clubber* que trabajaba de vez en cuando como asistente de vestuario. A Jordan y Woolley les gustaron las pruebas de Davidson, pero siguieron buscando. Hasta que un día Woolley dijo basta. Y le dijo a Jordan, en broma: «Esto es una estupidez. Jaye es muy bueno y dice muy bien los diálogos. ¿No podemos darle el papel antes de que termine follándomelo?» La película se rodó en otoño de 1991. Con tres

películas en marcha –y todas ellas fueron éxitos–, Palace se declaró en bancarrota en agosto de 1992.

Ambientada en Londres y con el terrorismo del IRA como telón de fondo, la apagada y melancólica película de Jordan, que comienza y termina con la muerte, cuenta la historia de Fergus, interpretado por Stephen Rea, el de los ojos tristes, cuya amante, Dil, resulta ser, en efecto, un travesti. Davidson, seductor, vulnerable y algo inquietante a la vez, hace un papel absolutamente convincente. Por irónico que parezca, Jordan estructuró la película con la misma fábula del escorpión y la rana que Matt Damon utiliza para glosar a Harvey.

Jack Lechner, en aquellos días ejecutivo de Channel Four, vio un copión y se fue a pasear por las calles de Soho pensando: Es una película maravillosa, espero que vayan a verla como mínimo unas veinticinco personas. «A ninguno de los que participaron en el proyecto se les ocurrió nunca que podía ser algo más que una encantadora peliculita británica; si teníamos suerte, esperábamos como mucho recuperar la inversión», recuerda. «Cannes no la aceptó y Venecia tampoco. Parecía que llevaba las de perder.» Woolley y Jordan apuntaron alto, y en febrero de 1992 decidieron llevar *Juego de lágrimas* (así se llamaba ahora) a los estudios en lugar de a las distribuidoras de películas de arte. Como era de esperar, los ejecutivos no la entendieron; se pasaron las proyecciones llamando por teléfono o atendiendo llamadas. Brandon Tartikoff, presidente de Paramount, recibió una de esas llamadas justo antes de la toma que muestra las partes pudendas de Dil, y se perdió lo mejor. Cuando terminó la proyección, Woolley comentó que esperaba que la película fuese muy polémica. Tartikoff, con mirada intrigada, preguntó: «¿Y por qué?»

Miramax asistió a la proyección de *Juego de lágrimas* en el American Film Market, dos meses antes de Cannes, en la sala de proyecciones Aidikoff. A Harvey le gustó, pero fue Bob el que quedó boquiabierto, y su entusiasmo el que precipitó el trato. Los hermanos estaban seguros de que podrían convencer a la prensa para que mamá mirase el miembro de Dil. Sin embargo, como siempre, el problema era el dinero. Los Weinstein preguntaron hasta la saciedad: «A la luz del contenido, ¿tiene esta película algún valor

en el mercado del vídeo?» Les preocupaba la posibilidad de que Blockbuster le hiciera el vacío a la película por culpa de la clave del argumento. Al final, tiraron los dados y decidieron tomar parte en la moderada puja por *Juego de lágrimas*. Miramax, que había demostrado no tener ningún interés en la película cuando aún era un guión, cuando podía haber tenido los derechos norteamericanos por menos de un millón de dólares, terminó ofertando toda la primavera contra Sony Classics por esos derechos. No obstante, los frugales Barker and Bernard se negaron a dar un solo paso más, y los derechos norteamericanos fueron para Miramax, que pagó por ellos 1,5 millones de dólares. Muchas distribuidoras, como Fine Line, de Deutchman, se retiraron, y más tarde lo lamentaron. Recuerda Deutchman, con nostalgia: «Podría haber dejado a Bob y Harvey fuera de juego. Estuve a punto de tomar la decisión de comprar esa película pero, al final, di marcha atrás; supuse que no había manera alguna de conseguir que el secreto fuera una sorpresa, y que una vez que se corriese la voz ya no interesaría a nadie.»

Jordan, que creía que Harvey había boicoteado *The Miracle*, su película anterior, insistió en varias condiciones. «Me ponía nervioso pensar que podían intentar volver a montarla, y a probarla hasta la saciedad», dice. Y añade Woolley: «Neil estaba muy dolido. Sencillamente no queríamos dársela a alguien para que la cortara en pedacitos; nos cercioramos de que no podrían tocar un solo fotograma, de que no cambiasen el título, de que no la doblaran, de que no la probaran: lo único que tenían que hacer era estrenar la película.» Puede afirmarse que fue un buen trato para los inversores y un mal trato para Miramax. Por el millón y medio que pagaron, los Weinstein no obtuvieron nada en concepto de participación, sólo gastos y un veinticinco por ciento de los honorarios de distribución. En otras palabras, después de cobrar sus honorarios y de restar los gastos de lo que quedaba de su parte de la recaudación, el balance pertenecía a los inversores.

Durante el otoño de 1992, *Juego de lágrimas* se presentó en festivales como Telluride y Toronto. Al principio, Miramax, que entonces promovía *El amor está en el aire* como película oscarizable, no hizo mucho caso del filme de Jordan. Woolley, que para el

estreno británico había descubierto la estrategia «no revelar el secreto de Dil», se quedó solo. La primera proyección en Telluride se hizo ante una sala desierta. «Nadie [de Miramax] le dedicó una sola hora de trabajo», recuerda. «Dijimos: "¡Ay, Dios mío!" Pero en la siguiente proyección la sala estuvo casi llena, y a tope la tercera. Todd McCarthy escribió una crítica muy entusiasta en *Variety* y ya no hubo quien frenase a *Juego de lágrimas*. Las primeras cifras eran altas, y la película parecía ya un seguro ganador. «No fue Harvey el creador de ese fenómeno», dice Woolley. «Él lo gestionó; en ese terreno sí que hizo un trabajo extraordinario.»

Cuando se acercaba octubre de 1992, la fecha del estreno en el Reino Unido, el IRA lanzó una nueva serie de atentados en Inglaterra. *Juego de lágrimas,* rebautizada según el título de una canción de Dave Berry de 1964 –para quitarle un poco de hierro al toque IRA–, se estrenó esa misma semana. Pese a unas críticas respetables, como negocio fue un desastre y no recaudó más de trescientas mil libras, menos que la séptima parte de su presupuesto, sin mencionar los gastos en copias y publicidad. A la vista de estas cifras, Channel Four y Palace tenían pocas posibilidades de pagar los costes ordinarios y extraordinarios, todos ellos aplazados.

Juego de lágrimas se estrenó en Estados Unidos el 25 de noviembre, en un puñado escaso de salas de Nueva York y Los Ángeles. Incluso en ese momento, Miramax estaba tan desorganizada que Woolley quedó consternado al ver que la compañía no había enviado carteles a las salas. Pero Harvey merodeó por los vestíbulos durante las dos semanas posteriores al estreno, acorralando a los espectadores y preguntándoles: «¿Qué pasa con esta película? ¿Cuál es el gran secreto?» Dice Woolley: «La consigna era: "Ya puede usted acostarse con mi mujer, ¡yo no pienso revelarle el secreto de *Juego de lágrimas!"* El público fue estupendo. Así fue como se vendió la película.»

Adeudados con los bancos, apenas capaces de poner comida en la mesa, ése fue el éxito por el que los Weinstein habían estado suplicando. Prácticamente pudieron saborear el dinero y redoblaron los esfuerzos por comprarle su parte a Midland Montague, cosa que

finalmente hicieron en diciembre de 1992 por 3,1 millones de dólares y el traspaso de una deuda de 2,7 millones a Miramax. Como dijo entonces alguien que participó en el trato en nombre de la empresa: «Luchamos por conseguir hasta el último centavo. Esos chicos no tenían donde caerse muertos.» Bob estaba encantado. Siempre decía: «¡Hicimos el mejor trato, el mejor!» Dice Harvey: «Nunca forzamos a Midland Montague; ellos quisieron irse. Nos tenían miedo, tenían miedo de perder su dinero y citaron a Avenue Picture, que estaba arruinándose –Cinecom ya lo estaba–, pensando que ésta no era una buena inversión. Se valieron de la idea de que Miramax ya no podía pedirle un dólar más al Chase Manhattan. El banco no deseaba ampliar los créditos; en realidad, lo que quería era cobrar todo el préstamo, para crecer más. Y obtuvieron beneficios. Nosotros no participamos en tratos con Disney ni con nadie durante esas negociaciones.»

Sin embargo, había un gran problema: «Si queríamos comprarles su parte a los inversores era para hacernos con la película y llevarla a mil salas», dice Harvey.

Comprar los derechos de *Juego de lágrimas* resultó todo un desafío. En diciembre, con unas recaudaciones entre los trece y los diecinueve millones, Bob fue a Londres a ofrecer un acuerdo a las diversas partes: Channel Four, propietario de los derechos de ventas internacionales, había, de hecho, cerrado el trato con los Weinstein y, por lo tanto, era la cabeza de un grupo de inversores del que formaban parte British Screen, los acreedores de Palace, el Berliner Bank, PolyGram y los agentes de personas con unas quinientas mil libras en pagos aplazados; es decir, todo el mundo, desde Neil Jordan hasta el tramoyista. Se reunieron en el oscuro sótano de la sala de reuniones del antiguo St. James's Club, de Londres. Para Miramax, la cuestión era: ¿Qué puede hacerles vender? ¿Qué podría ser un incentivo?

Según Harvey, Bob les dijo: «Vamos a gastar diez millones de dólares. *Juego de lágrimas* se va a proyectar en esas salas de Nebraska a las que el público sólo va a ver películas de Disney y todas las de Jerry Bruckheimer.» Los inversores se quedaron

boquiabiertos: «Ya sabemos lo que van a hacer. Van a despilfarrar nuestro dinero.»

«No; vamos a aumentar los ingresos brutos. Y todo el mundo saldrá ganando más.»

«No, no, no; vamos a ganar menos.»

En otras palabras, los inversores sencillamente pensaban que Bob sólo iba a «inflar» la película gastando la parte de los beneficios que les correspondían a ellos, un comportamiento del cual otros productores ya habían acusado antes a Miramax.

Hablando en plata, Bob dijo algo así como: «No vamos a estrenarla en muchas salas a menos que ustedes vendan, porque no tenemos ningún incentivo para hacerlo.» Sin embargo, fue demasiado duro y cometió el horror de ofrecerles una propuesta, perdedora por donde se la mirase, que sólo consiguió poner furiosos a todos los presentes: o los inversores conservaban su interés en la película, en cuyo caso Miramax la enterraba, o vendían su parte a Miramax; si lo hacían, no podrían beneficiarse del gran éxito en caso de que se produjera. En la sala de reuniones, se podía cortar el aire, denso de hostilidad y desconfianza. Recuerda Simon Perry, de British Screen: «Bob estaba agresivo y malhumorado. Y nos amenazó: "Tenéis que hacer esto o no conseguiréis nada." Nos olíamos que algo grande estaba a punto de llegar a las taquillas y pensamos: Si quieren que compremos, deben de saber algo que nosotros no sabemos; por eso, en un primer momento no aceptamos.»

Viendo que Bob no llegaba a ninguna parte, Harvey envió a Peter Hoffman, su asesor financiero, para que se sumara a las negociaciones. Hoffman había sido un alto cargo de Carolco, la «minigrande» de Hollywood que había llevado *Rambo* y *Terminator* a los bancos antes de venirse abajo. Tenía fama de ser un brillante asesor fiscal y una de las mentes más agudas de la ciudad, puede que demasiado aguda y en su propio bien. Como dijo bromeando un ejecutivo de los estudios: «Siempre hablaba de fusiones inversas autoliquidables que podíamos hacer basándonos en el apartado 32 E del Código del IRS.»*

Bob hizo de poli malo; Hoffman, de poli bueno. Las fichas que

tenían que caer primero eran Channel Four y British Screen. Una vez derribadas, nadie más se molestaría en bloquear el trato. Miramax sabía que el mandato de Channel Four y British Screen no era forzosamente obtener beneficios, sino formar a cineastas ingleses. Para ellos, el objetivo era que se pagara lo aplazado, hasta el último penique. Dice Powell: «Ésa era una gran preocupación. Esa gente trabajaba por una miseria.» Hoffman, consciente de ello, se dedicó a adularlos, a hacerles sentir que vender era provechoso. «Vamos, chicos, haced lo que tenéis que hacer. No hagáis enfadar a Harvey y a Bob haciendo lo que no tenéis que hacer. No perdáis de vista la pelota. Pensad en todos esos chicos ingleses que han hecho la película y que deberían cobrar lo que les deben.»

Colin Leventhal, de Channel Four, no creía que a *Juego de lágrimas* pudiese irle tan bien, y Hoffman se aprovechó también de esa incredulidad, exagerando el riesgo que conllevaba. Según alguien que estuvo presente en esa reunión, Hoffman dijo: «Los chicos se arriesgan, son imprudentes, quién sabe en qué terminará todo esto.» Intentó asustarlos, diciéndoles algo así como: «¿Realmente piensan ustedes que los Weinstein van a pagarles algo? Cuando despachen este asunto tendrán ustedes suerte si consiguen una liquidación, por no decir un cheque, y encima habrá un montón de basura. ¿Quién sabe siquiera si los Weinstein pueden pagar? Porque es posible que hayan derrochado todo ese dinero en otra cosa; para entones, ¿quién sabe dónde andarán? Están hasta el cuello con los bancos, es una situación delicada. Al final del día, será una guerra.»

No era pura cháchara; al final, las amenazas y los ardides lograron su objetivo. Dice la fuente: «Es difícil imaginar que esa gente sea capaz de hacer algo desinteresadamente, pero Leventhal y Simon Perry sí sacrificaron los intereses de sus empresas para garantizar que, pasara lo que pasase, la gente que había aplazado los pagos terminase cobrando.» En efecto, una vez que Channel Four y British Screen actuaron como se esperaba, los demás las siguieron.

Una vez terminadas las negociaciones, todas las partes se reunieron para firmar el acuerdo, en virtud del cual Miramax adquiría los derechos para los Estados Unidos y Canadá y ponía fin a

cualquier otra participación que incluyera una cantidad garantizada y también las primas si la película superaba cierto nivel de recaudación en las salas norteamericanas. A último momento, Powell dijo: «No sé; tengo que hablar con Neil para ver si puedo hacer esto. Está preocupado.» Habló como si finalmente viera con claridad que el trato que él y los demás habían cerrado podía ser algo terrible. (No está de más señalar que el trato conllevaba también cierto riesgo para Miramax. Aunque a la película estaba yéndole bien en las salas de arte y ensayo de los Estados Unidos, aún tenía que cosechar un mayor éxito comercial.) Bob se enfadó tanto que pareció que iba a levitar y atravesar la sala para estrangularlo. Hoffman intercedió: «Alto, Bob. Cálmate.» Bob se fue de la sala mascullando: «Lo mataré, lo mataré.»

A la larga, la velocidad era excesiva y fue imposible detener el tren. Se sospechaba mucho de Miramax –de que nunca pagaran nada–, y era tal la presión para que cobrasen aquellos a los que se les debía dinero, que todas las partes se sintieron mejor con un pájaro en la mano. Al final, se pagaron todas las deudas y también las bonificaciones relacionadas con las recaudaciones en las taquillas de los Estados Unidos.

Mientras las negociaciones avanzaban, Jordan y Woolley estaban en Los Ángeles promocionando la película, a la que le llovieron premios –el Producers Guild, los críticos de cine de Los Ángeles, los críticos de Nueva York, el Writers Guild, el Directors Guild–, una serie de galardones que allanaron el camino de ladrillos amarillos que conduce a los Oscar. «No participé en las negociaciones porque pensaba que había algo que no terminaba de encajar», dice Woolley. «Me eliminaron a mí, eliminaron a Nik, a British Screen, a todos. Acabaron con todo. Fue muy hábil por parte de Harvey, pero muy raro. Yo lo dejé en manos de Nik. No me convenía, pero yo tenía que ocuparme del estreno de la película y, además, no estaba en mis manos.» *Juego de lágrimas* consiguió seis nominaciones. Harvey rugía de contento –es decir, rugió apenas dos minutos, antes de pasar a otra cosa; en este caso, un Jaye Davidson muerto de miedo, cuya nominación fue algo inesperado para él. Al fin y al cabo, la clave del prolongado éxito de la película era mantener la ficción de

que el actor era una mujer y ahora lo habían nominado para el Oscar al mejor actor secundario. De pronto, la prensa se le echó encima y Davidson se delató. Harvey lo sacó precipitadamente del país –lo mandó a Egipto, donde duró sólo un día porque, en el país musulmán, el actor no pudo encontrar un solo lugar donde comprar alcohol.

Juego de lágrimas recaudó 62,5 millones, superando con creces, por fin, el techo de veinticinco millones que ninguno de los grandes éxitos de taquilla del cine independiente había conseguido rebasar. «Cuando comenzó a recaudar enormes cantidades en los Estados Unidos», dice Jordan, «sin duda yo tendría que haber ganado dos o tres millones. Tras haber pasado por ese proceso, extraordinariamente difícil, de hacer la película prácticamente sin nada, sentí aún más rabia por la estupidez de los socios ingleses –los productores y Channel Four–, que no protegieron los derechos secundarios y permitieron que algo así ocurriese tan descaradamente. Casi todo el mundo sabe que Miramax intenta sacar hasta el último centavo de todo. Harvey es como es, y Bob también, sin duda. "¿Qué creías que haría? Yo soy Harvey. Por supuesto que voy a hacerte daño." Lo penoso es que los Weinstein sean uno de los pocos puertos de escala de los productores y directores independientes; ojalá hubiera más alternativas. Por otra parte, la distribución fue perfecta, no me importaría nada hacer más películas para ellos.» Dice Harvey: «Nosotros nunca hicimos un trato con Neil Jordan, sino con Channel Four. Si Jordan piensa que alguien le debe dinero, que llame a Channel Four.»

Con *Juego de lágrimas* Miramax debió de ganar cerca de veinte millones, mucho más de lo que hasta entonces había ganado con cualquiera de sus películas. Pero la importancia real del éxito de *Juego de lágrimas* no fue la ganancia *per se*. Antes bien, lo que consiguió fue allanar el terreno para que se hiciera realidad un sueño largamente acariciado: Miramax se volvió lo bastante atractiva para que la codiciara un gran estudio, a saber: Disney.

Con *Juego de lágrimas* como triunfadora, los cielos se abrieron de golpe para soltar un chaparrón de dinero, una manera apropiada de poner fin a una sequía que había durado tres años. Ni siquiera los

hermanos Weinstein consiguieron gastar ese dinero lo bastante rápido para acabar con la fuerza de recaudación de la película. Además, ese éxito pareció contagiar a todo lo que estrenaron ese año. *Passion Fish*, de John Sayles, se estrenó el 29 de enero de 1993 y recaudó unos muy respetables 5,4 millones. *Strictly Ballroom,* de Baz Luhrmann, llegó a las salas tres semanas más tarde y alcanzó los 11,7 millones, una cifra espectacular para una torpe, aunque encantadora, peliculita australiana. Dos meses más tarde, en abril, Miramax estrenó *Como agua para chocolate*. «Esa película andaba dando vueltas por ahí, nadie la quería», recuerda Eamonn Bowles. «Harvey le aplicó una reestructuración radical y la convirtió en una de las películas en lengua extranjera de mayor éxito de todos los tiempos.» *Como agua para chocolate* recaudó 21,6 millones. Y añade: «Lo llaman Harvey Manostijeras pero, desde un punto de vista comercial, ha sido una gran ayuda para muchas películas.»

En febrero, Miramax obtuvo doce nominaciones a los Oscar. Además de las seis de *Juego de lágrimas* –incluidas las nominaciones a mejor película, mejor actor (Stephen Rea) y mejor director (Neil Jordan)–, resultaron nominadas: *Un abril encantado,* con tres nominaciones; *Passion Fish* (dos) y *Close to Eden*, una, a la mejor película extranjera. Los hermanos se dieron cuenta de que ése era el mejor momento para vender y forrarse.

Harvey, que hablaba con todo el mundo y no confiaba en nadie, entabló una serie de conversaciones con Katzenberg, el mismo al que le había endilgado *Sarafina*! Históricamente, por supuesto, los estudios siempre habían menospreciado el negocio independiente, al que consideraban mera calderilla. Cuenta Katzenberg: «Invertir un millón para ganar diez no parecía un gran negocio, pero si se podía hacer lo mismo cuatro o cinco veces al año, entonces se trataba de un negocio de cuarenta o cincuenta millones, algo que de repente tiene envergadura.» Katzenberg habló de Miramax con Ptak, que le había presentado a los Weinstein. Ptak le aconsejó que siguiera adelante: «Estos chicos no saben muy bien cómo hacerlo. Creen que entablar una amistad puede ser un signo de debilidad, pero yo los adoro.»

El 4 de abril, el «día de los Inocentes» en los Estados Unidos,

Katzenberg llamó a Chris McGurk, entonces director financiero de Disney Studios, y le dijo: «Llama a Harvey Weinstein, vamos a hablarle de la posibilidad de comprarle la empresa.» McGurk había sido ejecutivo en Pepsico antes de entrar en Disney, y era un hombre de cifras, casi la definición de un ejecutivo burócrata, con una cara como de cuadro de Grant Wood y labios largos y delgados. Parecía un tipo apropiado para trabajar detrás del mostrador de una tienda de confecciones de Nebraska de principios del siglo xx. Sin embargo, en cuanto abría la boca, revelaba un ingenio seco y sardónico. McGurk lanzaba cuchillos y disfrutaba cuando hacían sangrar. Y, lo que es más importante, no lo cegaba la sensibilidad de los estudios. Poco después llamó a los Weinstein y les dijo: «Nos interesa. Hacednos una propuesta.» Pero, aunque hasta pocos días antes los hermanos habían estado en cuidados intensivos, pidieron más de noventa millones por su empresa.

Según McGurk, cuando Disney empezó a considerar la compra: «Nosotros dijimos: "Eh, alto ahí, si ellos se suben al carro del estudio y los metemos en nuestros tratos para televisión, si ponemos sus productos en nuestras operaciones con vídeos, entonces podemos hacer que sus ingresos aumenten en un treinta o un cuarenta por ciento, mejorar espectacularmente su balance final. Eso les daría una gran ventaja en el mercado; puede que no estemos muy equivocados." Apuntamos en un papel cómo ayudaríamos a Miramax a hacerse con el movimiento independiente y aniquilar a todos los demás. La gran cuestión era saber si esos tipos podían trabajar con nosotros, trabajar dentro del sistema.»

En Disney, lo que preocupaba a todos era el punto de vista de Eisner, dada la importancia de la marca Disney y la estela de controversia que los Weinstein dejaban a su paso. Para sorpresa de todos, dijo que sí. Eisner había aguantado con cierta incomodidad ver cómo sus rivales se introducían en la televisión. Dice Katzenberg: «Michael no quería integrar verticalmente la empresa, no quería comprar cable y tampoco una cadena porque pensaba que llegábamos demasiado tarde. La estrategia consistía en ampliar nuestro alcance en materia de contenidos. Si conseguíamos controlar lo suficiente el producto que estaba fabricándose –el

veinticinco o el treinta y cinco por ciento–, esos supuestos guardianes, los Rupert Murdoch, los John Malone, los Viacom y los Time Warner, con estructura de cable y televisión propia, tendrían que tratar siempre con nosotros. Y Miramax era un gran bloque en el desarrollo de esa estrategia.» Además, el *branding* era algo que Eisner conocía muy bien y nadie dudaba de que Miramax tenía una marca. «Habíamos pasado un par de años muy pobres y probablemente [Eisner] veía en Harvey una red de protección en ese aspecto, del mismo modo que trajo a Joe Roth y lo contrató como productor», dice McGurk. En lo que respecta a controlar a los hermanos, Katzenberg y Eisner siempre habían conseguido liquidar a cualquiera que se atreviera a desobedecer; en consecuencia, creían que no debían preocuparse por eso.

Y en cuanto a los Oscar, mejor olvidarlos; Disney era incapaz de conseguir una estatuilla ni pagando. En lo tocante a las nominaciones, ese año Miramax le ganó a Disney por doce a cinco, y las de Disney fueron todas para *Aladino*, una película de animación. Si el estudio lograba comprar Miramax por una bicoca, el trato equivaldría a comprar una fábrica de premios de la Academia con un historial de prestigiosas películas para adultos. Comparado con los otros estudios, Disney no tenía mucho que pudiera definirse como archivo de películas de acción. Por el contrario, los Weinstein estaban desarrollando uno a toda mecha, y por casi nada para los criterios de un estudio.

Desde el punto de vista de los Weinstein, las ventajas eran irresistibles. Harvey siempre había negado que Miramax tuviese problemas económicos. Sin embargo, recuerda: «Se veía venir. Íbamos perdiendo gente de talento. Jim Sheridan llegó y se marchó, y Steve Soderbergh dijo hola y adiós. Se corría la voz, y de repente nos vimos con un montón de recursos en la mano.»

Con todo, fue una apuesta para ambas partes. En palabras de McGurk: «Vivíamos una situación en la que toda la compañía se apoyaba, y si le pasaba algo a uno de ellos, a la mierda. Además, un incierto flujo de beneficios, en el que nunca se ganaba más de cinco o seis millones por año. ¿Cómo justificar pagar siquiera setenta

millones por esa empresa? Había que creer ciegamente en que ese modelo que estaban montando iba a funcionar.»

Frank Wells, presidente de Disney, sabía muy bien que los Weinstein siempre habían vivido al día, y temían que, una vez recibieran la gran paga, perdieran toda su fuerza. Y dijo: «¡Vamos a pagarles sesenta millones y van a retirarse!» Katzenberg replicó: «No, estos tipos no.» Así y todo, uno de los grandes incentivos para Disney era que Miramax operaba con un reducido nivel de presupuestos, y a Wells también le preocupaba que fuera más duro para los hermanos decir que no les alcanzaba el dinero una vez que comenzaran a alimentarse del comedero de Disney. Era imposible esperar que el personal, o el talento ordinario, entrara sin decir nada en la noche del salario mínimo y los cobros aplazados.

Hasta que, el viernes 1 de mayo, las dos partes se reunieron alrededor de la lustrosa mesa de madera de la sala de reuniones, sita en el sexto piso del edificio Michael Graves' Team Disney, el que tenía los siete enanitos de seis metros de altura, en el estudio de Disney en Burbank, a firmar el acuerdo. Wells, que tenía que presidir una función benéfica para la Fundación Martin Luther King, llevaba ese día corbata negra. Bob estaba asustado y nada ilusionado. Le preocupaba la posibilidad de estar a punto de hacer el peor negocio de su vida, de perder su autonomía. Recuerda Harvey: «La gente me llamaba y me decía: "No cumplirán nunca su palabra." Estábamos muertos de miedo.» Y prosigue diciendo que el peor escenario era: «Esos tipos van a decirnos: Os conviene hacer esto, os conviene hacer aquello", y si no nos protegíamos, tendríamos problemas.»

Bob se dispuso a leer él mismo el acuerdo, de unas cincuenta páginas, de principio a fin. Más un grueso anexo en el que figuraban todas las películas de su archivo junto con los derechos que tenían y los que no tenían. Más agitado con cada minuto que pasaba, decía, por ejemplo: «Eh, un momento, esto no lo tenemos; ¿por qué figura aquí?» Dice Rob Moore, ex vicepresidente financiero de Disney: «De repente Bob tuvo miedo de que todo fuese un montaje, y que una vez que firmaran el acuerdo, nosotros comenzáramos a atacar el apéndice de los derechos, diciéndoles, por ejemplo: "Eh, nos dijisteis que para esta película teníais los derechos de vídeo para

Latinoamérica, y no los tenéis, por lo tanto tenemos que reducir el precio de la adquisición".» Lo cual, es de sospechar, es exactamente lo que los Weinstein habrían hecho si hubiesen sido Disney. Bob miraba a McGurk, o a Wells, y se veía a sí mismo. En palabras de Moore: «La mayoría de los que habían tratado con Frank podían contar con que en última instancia haría lo correcto. Pero a ellos sencillamente no les parecía verdad, porque ellos no trabajan así. Esos tipos hacen lo que más les conviene. Y eso significa que, si tienen oportunidad para sacarte un millón de dólares, es lo que van a intentar hacer.»

En última instancia, las ventajas superaron a las desventajas para ambas partes. Una vez cerrado el trato, los hermanos brindaron con Wells con champán. Ambas partes sentían que se habían levantado de la mesa ganando. Disney asumió todas las deudas de la empresa, incluidos los efectos a pagar, que ascendían a unos veintidós millones de dólares, y las líneas de crédito, otros veinte millones. Habían acordado pagarles a los Weinstein un sueldo de aproximadamente 1,5 millones al año. Todo sumado, el trato equivalió para Miramax a unos cien millones. Además, los hermanos consiguieron lo que más valoraban: su autonomía. Recuerda Harvey: «Le dije a Wells: "Ya sé que aquí lo dice, pero quiero decirlo yo", y por lo tanto lo puse por escrito e hice que Wells, que estaba sentado a mi lado, lo firmase.» «Está en el contrato diez veces, escrito a mano. Si conseguíamos un máximo de 12,5 millones por película, nadie tenía derecho a decirnos cuántas películas podíamos comprar, qué podíamos producir ni cuántas películas producir. Nadie podía decirnos qué teníamos que hacer.»*

«A Eisner le preocupaba tanto que los Weinstein sacaran dinero y se volvieran locos, que hizo un trato inteligente con el objeto de mantenerlos dentro de unos límites y forzarlos a ser rentables», dice Roth. Para cerciorarse de que los hermanos no se dedicaran a saquear Disney, a coger el dinero y salir corriendo, los pagos a los Weinstein se harían gradualmente durante un período de cinco años si aparecían por el despacho todos los días, si trabajaban duro y seguían siendo tan productivos como lo habían sido en el pasado. Se

añadió una cláusula en el contrato que estipulaba que si Miramax no cumplía las proyecciones dos años seguidos, Disney podía dejarlos sin su autonomía. Aunque Disney era ahora propietaria de Miramax, los Weinstein fueron incentivados no como productores, cosa que les hubiera dado un porcentaje de las recaudaciones y sencillamente animado a gastar el dinero de Disney creando gigantescas taquillas, sino como accionistas de la compañía, con un interés en su crecimiento. Les dieron unas acciones ilusorias en el valor que crearan con los años. Además, Harvey y Bob tenían cláusulas de escala móvil, lo cual les permitía llevarse una buena tajada, cada vez más grande, de los beneficios, cuantos más hicieran, comenzando con un quince por ciento de los beneficios brutos de la empresa que superasen la proyección de diez millones anuales incluida en su plan de negocios. Disney no imputaba a Miramax el capital operacional, y no había tope a la cantidad que los Weinstein podían pedir prestada a Disney para financiar sus operaciones. Disney quería contratar pólizas de seguro de vida para los hermanos, pero no resultó fácil encontrar una aseguradora dispuesta a hacerlo. Bob se enfadó porque la póliza de Harvey era más cuantiosa que la suya.

Vendiéndose a Disney, los Weinstein sentaron la base para el éxito fenomenal que vendría, pero vivirían obsesionados por su decisión de no salir a bolsa y consolidar el valor de la empresa, lo cual, a su vez, avivó el fuego de la animosidad que terminó consumiendo su relación con el padre empresarial. Dice Schmidt: «Lo que saben hacer tan bien, escalar la siguiente montaña que tienen delante en lo tocante al estreno de la siguiente película, funcionaba bien dentro de la máquina de Disney, pero nunca dio como resultado que crearan esa gran compañía que, tal vez, les habría permitido dividir cien o doscientos millones entre ellos dos, en lugar de sesenta millones.» Los hermanos siempre se sintieron estafados.

De hecho, cuando Miramax y Disney se unieron, estaba claro que era un matrimonio de conveniencia, no por amor, y la mayoría de los observadores, atónitos, predijeron que terminaría en un divorcio complicado y desagradable. Al fin y al cabo, Disney representaba todo lo que los Weinstein detestaban o afirmaban detestar. Harvey decía cosas como: «A mí Michael Eisner no puede hacerme nada»,

un sentimiento que era, a la vez, sincero y calculado, intencionado, para convencer a sus electores de que él todavía seguía en el negocio Miramax. Por su parte, ¿qué habría hecho el Tío Walt con películas como *El cocinero, el ladrón, su mujer y su amante* o *Paris Is Burning*? ¿O, pongamos por caso, con *Reservoir Dogs*? A la vista de ello, sería duro imaginar dos empresas que hicieran peor pareja que la casa decente del americano medio de Burbank, donde vivían Mickey y Donald, y los dos tipos de Queens con su variopinta y caótica empresa de Tribeca, en la que imperaba el «todo vale». En palabras de un ejecutivo de Disney: «Cuando ves a Harvey y a Bob en Los Ángeles, es como *Where's Waldo* pero al revés: Ellos son lo único que se ve... Parecen extraterrestres, seres de otra dimensión.»

Ahora que Miramax iba camino de convertirse en productora además de compradora y distribuidora, el principal signo de interrogación era saber si los Weinstein serían tan hábiles desarrollando, rodando y montando sus propias películas como lo habían sido comprando películas ajenas, lo cual equivale a decir que es mucho más sencillo reconocer en una película terminada los elementos que pueden explotarse para una campaña de márketing que desarrollar una idea a partir de la nada y seguirla con éxito a lo largo de la producción. Sin hilar demasiado fino, puede decirse que a ninguna de las películas que Miramax había producido hasta la fecha le había ido muy bien.

Mientras los Weinstein negociaban con Disney, Harvey estaba ocupado comprando *El piano*, de Jane Campion, protagonizada por Harvey Keitel y Holly Hunter. Ptak se ocupaba de la venta de los derechos para Norteamérica. Organizó una proyección en Los Ángeles para todas las distribuidoras, pero Jean-François Fonlupt, un banquero inversor que acababa de ser contratado para dirigir CiBy 2000, se negó a enviarle una copia a Los Ángeles y exigió que volara a París. Tras un vuelo que duró toda la noche, Ptak se presentó el martes a las diez de la mañana en la sala de proyecciones Pathé, y quedó perplejo al encontrarse con Harvey Weinstein, haciendo publicidad de Miramax para Fonlupt, cuando Ptak les había prometido a los distribuidores de Los Ángeles que todos verían *El piano* al mismo tiempo. Harvey no se alegró nada cuando vio a Ptak,

porque con Fonlupt, nuevo en el ramo, imaginaba haber encontrado a un incauto, y había conseguido convencerlo para que le vendiera la película. Fonlupt pidió tres millones y Harvey estuvo de acuerdo. Durante las negociaciones que siguieron a la proyección, ante nueve o diez personas, Weinstein prometió una prima adicional de cincuenta mil dólares por cada medio millón recaudado en las taquillas norteamericanas por encima de los 13,5 millones, y de vez en cuando le lanzaba una mirada al agente. Ptak, que había estado merodeando por allí, le preguntó: «¿Cuántas películas tiene Miramax que hayan recaudado 13,5 millones en Norteamérica?» Weinstein se detuvo, lo miró a los ojos y dijo: «¡Nueve! ¡No, diez! Porque ahora mismo lanzamos una película y creo que daremos en el blanco», y prosiguió su perorata. Más tarde, durante una pausa, y lejos del equipo CiBy, Ptak dijo: «Harvey, permíteme que te pregunte una cosa: ¿por qué les has dicho a todos que Miramax ha tenido nueve películas que han recaudado más de 13,5 millones en Norteamérica?»

«¿Por qué? ¿Qué quieres decir?»

«Porque no es cierto.»

«No se lo habrás dicho, ¿verdad?», preguntó Weinstein, poniéndose pálido.

«Tuve que hacerlo; de lo contrario, yo también les mentiría.»

«¡Oh, no! Este asunto va a estallar. John, ¿por qué se lo dijiste?»

«Lo que les dije fue que éste era sólo un ejemplo de tu entusiasmo creativo, de cuánto querías esta película.» Weinstein abrazó a Ptak, le dio un abrazo y Miramax consiguió *El piano*. Ptak regresó a Los Ángeles a decirles a los demás distribuidores que la película estaba vendida. Y dice: «Todos se pusieron furiosos conmigo, pero para Harvey eso fue un auténtico cumplido.»

Poco después de cerrar el trato, los Weinstein llevaron *El piano* a Cannes, donde la película de Campion y otra de Miramax –*Adiós a mi concubina*, de Chen Kaige– compartieron la Palma de Oro. A mediados de noviembre de 1993, Miramax estrenó *El piano*, que, además de recibir críticas muy entusiastas, recaudó nada menos que cuarenta millones sólo en los Estados Unidos.

Como *Cinema Paradiso, Adiós a mi concubina* era una película

larga. La versión que ganó la Palma de Oro duraba unas dos horas y cuarenta y ocho minutos. Harvey sacó sus tijeras y «podó» diez minutos. Una vez más se oyeron aullidos de indignación –Harvey Manostijeras había cortado una película que había ganado el premio cinematográfico más prestigioso del mundo. Louis Malle, que ese año presidía el jurado, reaccionó indignado. Hasta tal punto, que llegó a desafiar la afirmación de Miramax, en los anuncios de prensa, en el sentido de que *Adiós a mi concubina* había ganado la Palma de Oro. Y dijo: «La película que tanto admiramos en Cannes no es la película que se ve en este país, que dura veinte minutos menos pero parece más larga. Porque así no tiene ningún sentido. Era mejor antes de que esos tipos la cortaran.» Así y todo, la película recaudó cinco millones. Ese año los Weinstein consiguieron diez nominaciones a los Oscar, ocho para *El piano* y dos para *Adiós a mi concubina*. Y las cosas siguieron mejorando.

5. NO PUEDE NO TENERLA*
1993-1994

• ***De cómo Miramax hizo caer de culo a Bernardo Bertolucci mientras películas independientes como* Clerks *y* Spanking the Monkey *se desvanecían con el éxito y Quentin Tarantino cautivaba a Cannes con* Pulp Fiction.**

> Hay un grupo de gente que no cree que yo sea un buen director, que sencillamente me odia a muerte y es incapaz de entender por qué aún puedo seguir haciendo cine. Pero yo no pido un montón de dinero para llevar a la pantalla algo que para ellos es basura; por eso pienso: Mierda, puedo seguir así siempre.
>
> KEVIN SMITH

Christine Vachon volvió al Festival de Sundance de 1994 con una modesta película lésbica en blanco y negro titulada *Go Fish*, dirigida por Rose Troche y producida por Guinevere Turner. John Pierson, que representó y financió parcialmente este filme, se lo vendió a Goldwyn por cuatrocientos cincuenta mil dólares. La venta de *Go Fish*, relativamente corriente en sí misma, tuvo no obstante su importancia porque fue la primera vez que una transacción comercial tuvo lugar realmente mientras el festival aún estaba en marcha; como tal, se convirtió en un jalón, inaugurando la era de ofertas frenéticas que caracterizó el crecimiento de la burbuja de las compras a mediados de los años noventa. Ted Hope, de Good

Machine, llegó justo después de la venta de *Go Fish*. «Fue un gran trato. Entonces ya se vivía la gran histeria que impera hoy», recuerda. «Todo empezó a girar alrededor del "trato". Por ejemplo, puede que fuese una película que nunca tendría un gran público, dos personajes en una habitación hablando de sus problemas, pero todas las distribuidoras querían comprarla. Eso cambió totalmente el tenor del festival.» Según Mark Tusk, fue Pierson, casi en la misma medida que los demás, el que creó la atmósfera competitiva de Sundance. «Sí, fue esa proyección de *Go Fish;* fue entonces cuando empezó a oírse el mantra "saque usted el talonario". Pierson decía: "Se va a vender, se va a vender rápido." La intención era asegurarse de que los Harvey Weinstein, los tipos que podían apretar el gatillo, y no sólo los cazatalentos, asistieran a las proyecciones.» La competencia era feroz. Dice Ray: «En el mundo de las compras, ser el primero en ver una película, adelantarse a la competencia, llegar antes que Harvey, antes que Tom Bernard y Michael Barker, era lo que todo el mundo se esforzaba por hacer cada mañana al levantarse.» Añade Tusk: «Fue una época en la que la gente decía: "La manera de llegar a un acuerdo con Miramax es llamar y decirles que Goldwyn está interesada."»

Tras cerrar el trato con Disney en mayo de 1993, Miramax se embaló; era un escarabajo con el motor de un Cadillac. Con el estudio proporcionando el combustible de alto octanaje, los Weinstein no necesitaban que Pierson los provocara para gastar dinero. Para cambiar de metáfora, digamos que Harvey era un hombre hambriento junto a la mesa de un bufé a rebosar de platos sabrosos. Siempre había tenido apetito, pero ahora tenía los medios para comer hasta saciarse, vomitar y seguir comiendo. En palabras de Eamonn Bowles, ex ejecutivo de Miramax: «Cuando Miramax obtuvo el dinero de Disney, simplemente siguieron adelante en una campaña de compras arrolladora y sin ninguna clase de escrúpulos. Para ellos, el dinero que gastaban salía del grifo; sencillamente iban y compraban todo lo que tenían a la vista. Si pensaban que había otros interesados en alguna película, se lanzaban en picado y arrasaban con todo para que las demás distribuidoras no pudieran ni olerlas.» Si el lema de New Line era «agresión prudente», el de

Miramax muy bien podría haber sido «agresión imprudente». Concluye Bowles: «En esos días, quitarle algo de las manos a Miramax era de por sí un triunfo.»

Atrás quedaban los días en que los responsables de compras de compañías rivales, todos conocidos entre sí –iban a los mismos festivales, viajaban en los mismos vuelos, se alojaban en los mismos hoteles–, fraternizaban y, Dios me perdone, se ayudaban mutuamente. Dice Tony Safford: «En Miramax sospechaban mucho de los intrusos. Se socializaba muy poco con ellos, por no hablar de intercambiar información, cosa absolutamente prohibida.» El equipo de compras de Weinstein lo formaban ahora Safford, Tusk, Hoving y un ejército de jóvenes. Miramax enviaba tantas tropas al festival, que muchos de sus soldados no tenían nada que hacer como no fuera ver a todos los directores, dorarles la píldora –«nos encantó el guión; Harvey está muy interesado en tu película»– y averiguar cuándo y dónde iban a estar mientras durase el festival. A todos se los hacía sentir especiales, como si estuvieran a un paso de cerrar un trato con Miramax. Los soldados de Miramax utilizaban todos los trucos del manual con tal de asegurarse la primera proyección. Corren rumores de que sobornaban a los proyeccionistas para que les pasaran clandestinamente copias de filmes codiciados, entre una proyección y otra; de que sobornaban también a los empleados de los laboratorios; de que se colaban en las proyecciones organizadas para los actores y el equipo fingiendo ser el amigo de un amigo, cualquier cosa. Llegaban incluso a vigilar a sus homólogos para averiguar con quién estaban hablando. Miramax cubría toda base concebible. Mandaron a Safford a Australia varias veces el mismo año y tenían destacamentos en China incluso antes de que las películas chinas figurasen en el mapa. Un «miramaxer» llegó a volar a Hong Kong para echarle el primer vistazo a *Adiós a mi concubina*. En palabras de Tusk: «¿Hong Kong? En esa época se podía ir a un festival ahí, pero... ¿a ver una sola película?» Y prosigue Safford: «En Miramax el lema era: "Haz lo que sea, ve a cualquier parte, pero haz tu trabajo." Íbamos a trabajar con el pasaporte en el maletín, no exagero, porque nunca sabíamos dónde íbamos a terminar esa noche.»

Amy Israel, que había entrado en la compañía como asistente de Hoving, recuerda: «Tras un día entero de proyecciones y cenas, nos reuníamos a medianoche y veíamos más películas, hasta las tres de la mañana. Visionábamos el primer carrete, el tercer carrete, el sexto. Por lo general, Harvey se quedaba con lo que le gustaba a su madre. Como si *Passion Fish* fuera su madre.»

Pero no era sólo ego y voracidad lo que motivaba a Miramax. Esa locura tenía un método. Como lo explica Chris McGurk: «Miramax podía permitirse pagar uno o dos millones más por cualquier cosa simplemente porque la respaldaban todos los tratos de Disney para televisión y vídeo. Lo compraban todo, treinta, cuarenta, sesenta películas, y nadie podía decirles nada. La cuestión era estrenar el mayor número de películas posible. La mayoría perdía dinero, unas pocas recuperaban lo invertido y las dos o tres que rompían el molde generaban unos beneficios inmensos. Controlar el mercado, tener más títulos que nadie, una fórmula económica que nadie pudiera igualar... ése era el secreto para dominar el mundo. Era fantástico. Fue la mejor de todas las épocas.»

Harvey comprendía la ley de las grandes cifras. Sus películas eran tan baratas que podía permitirse estrenar tres o cuatro supuestas aspirantes al Oscar a finales de otoño, y esperar y ver cuál de las cuatro tomaba la delantera para luego echarle encima sus formidables recursos de márketing y publicidad, como hizo con *Juego de lágrimas*. Estrenar más películas que todas las demás distribuidoras independientes juntas permitía a Miramax eliminar de las salas de cine a la competencia. Un poco más tarde ese mismo año, Jack Foley llegó de MGM para suceder a Marty Zeidman en el puesto de vicepresidente de distribución. «Yo pensaba: Muy bien, tenemos cuarenta películas al año, casi una película por semana, somos General Motors, vamos a dominar el mercado. Y lo conseguimos.» Todo consistía en eliminar la oportunidad de que los competidores tuvieran acceso a las pantallas, para que no pudieran ganar dinero. «Pongamos por caso que una sala ganaba unos cinco millones al año. Puede que Miramax valiera el cincuenta por ciento de esa suma. Por lo tanto, yo podía soltar amenazas como: "Mire usted, nosotros hicimos su sala, nos la debe, ¡dénosla! Si se niega,

no volverá a ver nunca más otro carrete de Miramax.” Todo se basaba siempre en intimidar, insultar, bromear, provocar, presionar y agredir. Si yo era capaz de mantener una presencia formidable en el mercado, voluminosa, sin duda alguna otro se lo pasaría mal cuando quisiera conseguir salas. O, si de cualquier modo iba a conseguirlas, yo podía retrasar ese momento, hacer que tuviese que esperar siete semanas para estrenar, hasta que perdía fuerza. Elegir el momento oportuno es lo principal. Si la competencia no conseguía estrenar, no recaudaba y tenía problemas.»

Pagando el máximo y comprando más, Miramax se convirtió rápidamente en la primera parada para agentes y representantes de las productoras –a menos que hubieran tenido una mala experiencia con los Weinstein y tuvieran una buena razón para evitarlos–; incluso así, a veces no tenían más remedio que volver. En Miramax estaban acostumbrados a tener el derecho a la primera proyección y otros tratamientos especiales. Si Harvey no podía asistir a un festival o a un pase, pedía una copia de la película o, como mínimo, una copia en vídeo; se la hacía enviar allí donde estuviera. Por regla general, los vendedores estaban más que ansiosos por servirle. Además de la oportunidad de hacer una primera oferta preferencial, Harvey quería tener la oportunidad de hacer la última oferta y así igualar o mejorar las de otras distribuidoras.

Los bolsillos forrados como consecuencia de la venta a Disney –el broche de oro después del éxito de *Juego de lágrimas* y, luego, *El piano*– dieron a las tropas una nueva manera de andar, decidida y arrogante, la sensación de tener «derechos». Siempre intentaban conseguir ese poquito más de mordacidad, de hacer siempre más de lo teóricamente posible... para Harvey. Si no conseguían lo que querían, engatusaban a la gente con métodos intimidatorios y ellos, soldados rasos, se convertían en mini-Harveys. Normalmente, al vendedor se le decía: «Harvey tiene que verla.» Y Harvey le echaba un vistazo; luego contestaban: «Harvey prefiere esperar a ver qué pasa. Pero si decide venderla a otra distribuidora, llámenos, porque nunca se sabe.»

«No, no pienso llamarles.»

«¿Cómo dice?»

«Si otra distribuidora hace una oferta tras ver la misma película, no sería honrado de mi parte llamar a Miramax y decir: "¿Quieren hacer ustedes alguna oferta? Hay una distribuidora que ya me ha hecho una oferta."»

«Tiene que darnos una oportunidad, hombre. Tiene que darnos una oportunidad.»

«Miramax ya ha tenido la oportunidad, y si decidimos darles a todos los demás una segunda oportunidad, también se la enseñaremos a ustedes.»

«No puede hacer eso. Harvey va a cabrearse mucho.»

Miramax empleaba su fuerza muscular para espantar a la competencia. Según Larry Estes, ejecutivo del departamento de vídeo, en el Festival de Sundance de 1991 Harvey se entusiasmó con *Twenty-one*, de Don Boyd, pero «después de decirles a todos los demás que el trato estaba en marcha, se echó atrás». Los productores intentaron venderla a otra distribuidora, pero «todos decían cosas como: "¡Ah! ¿Habéis hecho vuestra cama con Miramax? Ahora acostaos con ellos"». Ocasiones como ésas no eran descuidos o accidentes, eran la política de la casa, negocios al estilo Miramax. En 1995 se proyectó en Sundance una película titulada *The Young Poisoner's Handbook*. Dirigida por Ben Ross, un joven cineasta británico, y financiada por Pandora, al frente de la cual estaba Ernst Goldschmidt, la película se proyectó en el Prospector Square. Según Mark Urman, contratado para representarla, «la gente de Miramax se volvió loca por la película de Ross». Harvey orquestó su llegada a la sala en el momento en el que Ross salía. Dice Urman, que estuvo allí: «Harvey abrazó a Ben y dijo: "Que nadie se acerque a este chico." A Ben lo citaron para reunirse con Harvey y le dijeron: "¡Van a comprar la película, van a comprar la película!" El festival terminó y Miramax seguía sin comprarla, pero ellos hablaban y hablaban, jugaban con la película, coqueteaban con la película, lanzaban todas las señales posibles para avisar que iban a comprarla, hacían imposible que otra distribuidora se acercara a verla. Al final, no la compraron, la convirtieron en mercancía dañada. La gente siguió con sus cosas y nadie se dio cuenta de que Miramax no la había comprado. Era demasiado tarde para recuperarse del golpe. Miramax

siempre tenía los ojos bien abiertos. ¿Quién más está interesado? Cuando se daban cuenta de que nadie más lo estaba, es posible que ellos tampoco se interesaran y simplemente lo dejaban correr.» En el gran esquema de las cosas, un comportamiento como ése puede no parecer tan indignante –al fin y al cabo, ¿qué significa una película más o menos en un mercado saturado?–, pero puede tener efectos devastadores en la carrera de los directores jóvenes. Ross finalmente consiguió un Emmy, pero ¿películas? Ninguna. (Miramax niega haber prometido comprar el filme y sostiene que la falta de interés por parte de otros compradores confirma su valoración.)

A las otras distribuidoras no les divertía este juego de Harvey. Sony Classics, October, Fine Line, Goldwyn... todas odiaban a Miramax y calumniaban a los Weinstein siempre que se les presentaba una oportunidad. Un año, en Cannes, Bingham Ray estuvo a punto de llegar a las manos con Harvey. Con su típica bravuconería, Harvey se rió de todo lo ocurrido. Hay una «escena en *El bueno, el malo y el feo* en que los tres bandidos sorprenden a Eli Wallach mientras está en la bañera», le dijo Harvey al periodista David Carr (aunque la memoria lo traicionó: en esa escena sólo hay un pistolero). «Así que imagínate... Michael Barker, Tom Bernard e Ismail Merchant, los tres entran y ven a Eli Wallach, que interpreta a Tucco, el Feo. Y dicen: "Tucco, hijo de puta", en italiano doblado. "Has matado a ese tío de un disparo, ya tienes el oro que buscabas. Ha llegado tu hora." Y cuando van a sacar el revólver, Tucco sale de la bañera con el revólver en la mano, los mata a los tres y dice: "Cuando se habla, se habla; cuando se dispara, se dispara." Esos tipos están ocupados hablando como viejas cotorras, diciendo: "¿Qué va a hacer Harvey? ¿Qué piensa hacer? ¿Cuándo lo hará?" Y mientras ellos hablan, yo disparo.»

Cuando la competencia se dispuso a reaccionar, se desencadenó una auténtica carrera armamentística. Dice Bowles, entonces en Goldwyn, que la estrategia de Harvey «funcionaba. Realmente aniquiló a la competencia. Si ésta no generaba sus propios proyectos, no les dejaba casi nada». Las empresas como October, que no tenían dinero para producir, eran sumamente vulnerables. Prosigue Bowles: «Dado que les habían quitado todo el producto, las

otras distribuidoras reforzaron sus equipos de compras, hicieron toda clase de ataques preventivos, muchos tratos sin haber visto las películas, y poniendo mucho dinero, pero en muchos casos con resultados desastrosos.» Además de reventar los precios, la estampida tuvo, a la larga, efectos nefastos. En una cultura de la cautela, la ventaja de Harvey era la velocidad, la firmeza y la avidez por arriesgarse; era tan temerario, que llegó a conocérselo por ser «un perverso del riesgo». Las compras estaban volviéndose tan caras, que si una distribuidora invertía en una película en la fase del guión, la tenía garantizada y por menos dinero. En los viejos tiempos, antes de que Miramax subiera las apuestas, la distinción entre compras y producción era muy clara; pero cuando las empresas empezaron a participar en fases cada vez más tempranas, la línea las separaba comenzó a desdibujarse. Las compras dieron lugar a las precompras, lo cual daba lugar a la producción. Quitando unas pocas adquisiciones importantes, la producción es, por regla general, más costosa. Estas empresas tuvieron que tomar medidas para protegerse. Dice Janet Grillo, de New Line: «A medida que aumentaban los riesgos, tuvimos que volvernos más conservadores. Fue entonces cuando empecé a ver la muerte del cine independiente. Lo duro fue que todo se volvió cada vez más difícil para las películas personales o poéticas. Desde el punto de vista comercial, ya no tenía sentido hacerlas a menos que uno tuviera como respaldo un reparto sensacional, algo que pudiera ser una garantía real.» De hecho, las distribuidoras independientes adoptaron la práctica de los estudios, a saber: compensar con estrellas sus apuestas. Señala Ethan Hawke, que consiguió su gran oportunidad en 1988 con *El club de los poetas muertos:* «Una de las cosas que ha cambiado totalmente desde que yo empecé es que casi el ciento por ciento de la financiación de una película depende del reparto. En aquellos días, un director conseguía luz verde y luego elegía a los actores. Ahora no te dan luz verde hasta que tienes el reparto. No se trata de quién es el más apto para el papel, sino de quién es el más apto para el dinero. Fue Miramax la que comenzó.»

Pero no fue sólo Miramax. *Spanking the Monkey*, la audaz y escandalosa primera película de David O. Russell en torno a un caso

de incesto madre-hijo, proyectada dentro de concurso en Sundance, es un buen ejemplo. A Bob Shaye, de New Line, le gustó el guión y optó a los derechos, pero no estaba dispuesto a hacerla sin una gran estrella en el papel de la madre. Recuerda Russell: «Shaye dijo: "Si puedes convencer a Faye Dunaway, firmo." Fui a verla a su casa y se rió en mi cara.» El papel se consideraba nefasto para cualquier carrera y ninguna actriz estaba dispuesta a tocarlo. New Line dejó que la opción caducara.

Al terminar los estudios, Russell había trabajado como organizador político y filmado un documental acerca de los inmigrantes centroamericanos residentes en Boston. «Creía que me había perdido la guerra de Vietnam y el movimiento por los derechos civiles», dice el director. «Luego fui el activista solitario en la América de Reagan, en los años ochenta. Las chicas ya no se interesaban tanto por la política como en los setenta. Salían con banqueros y corredores de bolsa. ¡Mientras yo estaba en Maine organizando a los obreros y ganando seis mil dólares al año! Me peguntaba: "¿Qué ha ocurrido?"» Por eso Russell aceptó una beca de cuarenta mil dólares, un poco de película de 35 mm –donada– e hizo la película en Pawling, Nueva York, utilizando los contactos de la madre de su compañero de habitación en la universidad. (Nunca le dijo a la pobre señora de qué trataba la película.) Russell la montó en la mesa del comedor. Costó ochenta mil dólares meterla en la lata, y ciento cincuenta mil más terminarla con la ayuda de un inversor, unos doscientos cincuenta mil dólares en total.

Después de *The Miracle*, la película de Neil Jordan sobre el incesto, «Harvey pensaba: "¡No quiero más películas sobre el incesto!"», prosigue Russell. «No es exactamente pasto para la taquilla, cierto, y él apuntaba más en la dirección de *Shakespeare in Love*. En Sundance no quiso tener nada que ver con mi película.» En realidad, Russell se sentía un paria en ese festival. «Hice una película que decía: "Odio a mi madre", algo que se considera una herejía, y sin duda también en Sundance en aquellos días. Mucha gente me miraba como si yo fuese la peste. En este país la gente es muy mojigata en lo que respecta a la familia. Harvey bautizó a su maldita empresa con el nombre de sus padres porque los idealiza.

Pero aquí ocurren cosas verdaderamente criminales desde el punto de vista emocional, ¿por qué mentir, entonces?» Con todo, *Spanking the Monkey* obtuvo en Sundance el Premio del Público. La compró Ira Deutchman, de Fine Line, por doscientos cincuenta mil dólares, y recaudó cerca de 1,5 millones.

Harvey llevaba un tiempo sin aparecer por Sundance. En 1994, los observadores interpretaron su presencia como señal de que seguía comprometido con el cine independiente, incluso después de haber vendido a Disney. *Go Fish* fue apuntalada por ambos lados por su contrapartida heterosexual con machos rubios, otra modesta película en blanco y negro también representada por Pierson y titulada *Clerks*, dirigida por Kevin Smith. Harvey estaba tan molesto al ver que *Go Fish* se le había escapado, que le dijo a Pierson que no lo molestara con *Clerks*, que también se la diera a Goldwyn. Pero Tusk no paraba de acosar a Harvey con *Clerks*, y Tusk había tenido razón antes.

Smith, bajito y ancho de espaldas –un zaguero en una botella–, era un chico, según él mismo afirma, de clase trabajadora oriundo de Red Bank, Nueva Jersey. Su padre era empleado de correos. Smith rodó la película en –y alrededor de– el Leonardo Quick Stop, el supermercadito 24-horas en el que trabajaba. Pobre, filmada en un descuidado blanco y negro, interpretada por amiguetes que no eran actores, *Clerks* rebosaba estupideces empapadas en testosterona y escabrosamente sesgadas por el sentido del humor retorcido y adolescente de Smith. En su crítica, publicada en *The New York Daily News*, Dave Kehr la describió muy bien como una mezcla de Howard Stern* y David Mamet. Para Smith, el «yo también puedo hacer una película así» fue *Slacker*, de Rick Linklater, que había visto en los multicines Angelika, en la esquina de Mercer con Houston, en Nueva York, en 1991, el día en que cumplió veintiún años. «Ver esa película me dio muchas fuerzas», recuerda Smith, que pensó: Vaya, ¿esto se considera una película? En el fondo no ocurre nada, sólo gente que da vueltas por ahí. No tiene argumento, es puro diálogo. Mierda, si este mamón hace una película en Austin, Texas, y yo estoy sentado aquí viéndola en Nueva

York, y disfrutándola, ¿por qué diablos no hago yo una película en Jersey? ¡Yo también puedo hacerlo!»

Como *Go Fish, Clerks* era la película independiente por definición, la clase de producción con presupuesto muy limitado que viene de ninguna parte, sin un importante respaldo financiero, sin estrellas ni valor de producción ni refinamiento ni un trato para difusión en vídeo. Era la película que cualquiera puede fácilmente pasar por alto en la cascada de producciones independientes cada vez más satinadas. Sin embargo, *Clerks* tenía algo que a menudo les faltaba a las películas programáticamente regionales de Sundance: una noción de lugar real y sentida. Estaba claro que los personajes no habían salido nunca de Red Bank, y se veía al instante que la película era obra de un talento pícaro e imaginativo con una perspectiva fresca y original traducida con éxito –y algo milagrosamente– a la pantalla.

Clerks se proyectó por primera vez en el Independent Feature Market (IFM) de Nueva York, a finales de septiembre de 1993. Tusk, cuyo trabajo consistía en hacer guardia en los multicines Angelika, donde se celebraba el IFM, en chismorrear con los directores y productores y ver todas las películas que era capaz de ver, había conocido por casualidad a Scott Mosier, el productor de Smith. El trato con Disney ya se había cerrado. Mosier vio el distintivo de Tusk y dijo: «Ésta no es una película de Disney.» Tusk vio cómo sus peores pesadillas se hacían realidad. Y pensó: ¿Acaso piensan que trabajo para Disney? Él había defendido *Paris Is Burning* y le preocupaba no poder comprar en el futuro esa clase de películas. Recuerda ahora: «La gente pensaba que Miramax y Disney eran agua y aceite. Y pensé: Oh, Dios mío, ¿no nos van a permitir proyectar ciertas cosas? ¿Van a atarnos las manos?» No era una pregunta sin sentido. Harvey había comprado una provocativa película de conciertos de Martin Lawrence titulada *You So Crazy*. Como la habían clasificado «NC-17»,* Disney hizo que Miramax la vendiera, y nada menos que a su archienemigo Goldwyn, que la estrenó sin mencionar la calificación. Harvey estaba furioso: «Perdí todo el negocio de Martin Lawrence, que habría dado muchos

beneficios con los años», dice. «Adoraba a nuestra empresa; luego ya no quiso dirigirme la palabra. Fue entonces cuando dije: "Tenemos que encontrar otro camino."»

Clerks se proyectó un domingo por la mañana. Prácticamente nadie fue a verla, salvo una mujer que acorraló a Smith y le dijo: «Esa peliculita tuya es realmente odiosa.»

«¿Ah, sí? Gracias.»

«Mi teoría es que todos los nazis muertos se reencarnan, y que viven en Nueva Jersey. Tu película lo demuestra.»

«Sí, no se me había ocurrido esa teoría.»

A continuación la espectadora le asestó el tiro de gracia. «El día siguiente estaba verdaderamente deprimido», prosigue Smith. «Parecía que todo aquello por lo que habíamos trabajado se venía abajo.» Sin embargo, alguien le sugirió que presentara *Clerks* a Sundance. Como muchos otros directores, Smith pensaba en el Sundance de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, y para él la película de Soderbergh era una verdadera película, con mucho estilo, repleta de estrellas o casi estrellas, hermosas mujeres y mucha producción. «Nunca se nos había pasado Sundance por la cabeza», dice. «Nosotros no éramos para ese festival.» Pero, para su sorpresa, lo aceptaron. Todavía trabajaba en el Quick Stop en que había rodado *Clerks*. «Aún estaba detrás del mostrador y quería decírselo a todos los que entraban, pero nadie sabía qué era eso de Sundance; fue información perdida.» Smith contrató a Pierson como representante de *Clerks*. «Pierson nos llevó a ver a las cinco familias», prosigue el director. «Le dimos la cinta a Sony, a Fine Line, a October, a Goldwyn y a Miramax.» Tusk recuerda que la proyectó en el Tribeca Film Center. Harvey pasó y Smith se desinfló. «Miramax era la principal etiqueta *indie*, el equipo A», dice. «Era el lugar donde todo el mundo quería estar, pero pensamos que para ellos estábamos muertos. El presidente no la había visto. Cuando llegamos a Sundance, nadie la había visto.»

Tampoco se hacía muchas ilusiones con el festival. Pierson, concentrado en vender *Go Fish,* no les hizo caso. Sin embargo, al público pareció gustarle *Clerks*. Las sesiones de preguntas y respuestas después de las proyecciones desbordaron energía. Al

público le encantó la historia de los directores que dormían en el suelo del Quick Stop mientras rodaban la película y la gente rió a carcajadas cuando Smith contó cómo había mentido para obtener de Kodak película con descuento, diciendo que estudiaba en una escuela de cine. Después tuvo que matricularse en un curso de la New School para poder presentar la tarjeta de estudiante. Empezó a correrse la voz. Tusk le prometió a Smith que llevaría a Harvey al último pase y acorraló a su jefe y le dijo: «Me sorprende que nadie haya comprado esta película. Vas a ir al cine y vas a ver *Clerks* con público.»

«De ninguna manera.»

«¡Harve, por favor!»

De momento parecía que el copresidente de Miramax no pensaba asistir porque en una fiesta lo había atacado un guionista contrariado y se rumoreaba que se había ido de la ciudad. Sin embargo, el viernes por la noche allí estaba Harvey, dando nerviosas caladas a un cigarrillo y aspirando a boqueadas el delgado aire de Park City mientras subía por la calle mayor como podía en dirección al Egyptian, que estaba en lo alto de la colina.

La película acababa de comenzar cuando Harvey empezó a ponerse inquieto. La gente de compras tenía trucos para mantenerlo en la butaca. A él le gustaba sentarse junto al pasillo para poder largarse rápidamente cuando quisiera, pero esa noche lo sentaron en el centro de una fila, entre Tusk y Hoving. Le encantaban las almendras de Bazzini bañadas en chocolate, que venían en unas latas enormes. Las hacía circular, pero como estaban calientes y pegajosas y nadie podía ponerse en pie para tocarlas, y mucho menos para comerlas, las tiraban al suelo en la oscuridad. Harvey podía zamparse perfectamente dos latas, pero en esta ocasión no hubo latas. Tusk le dijo: «No lo olvides, tienes que pensar en el número treinta y siete, tienes que aguantar hasta que llegue el treinta y siete, el rollo de la mamada.» (Tusk se refería a una riña muy divertida entre uno de los personajes y su novia sobre la cantidad de chicos con los que se había acostado.) Eso atrajo la atención de Harvey. Smith, de pie al fondo de la sala, oía que alguien reía como un loco. Y pensó: ¿Quién es ese tipo

increíblemente grosero que se ríe como Max Cady en *El cabo del miedo*? Por supuesto, era Harvey. Cuando la película terminó, Tusk le presentó a su jefe. Weinstein estalló: «Una película estupenda, me gustaría ponerle una banda sonora y proyectarla en unos multicines de mierda.» Smith pensó: Joder, sí. Y le dijo: «Señor Weinstein, es un honor conocerlo, respeto muchísimo las películas con las que ha trabajado. Ésta es la cuarta vez que asisto a una proyección pública de mi película. He tomado notas y sé cuáles son los diez o doce minutos que me gustaría eliminar.» Deliberadamente o no, Smith le hacía la pelota. Dice el director: «Habíamos leído mucho acerca de Harvey Manostijeras, pero cuando estás tratando de que alguien te compre la película, te importa un carajo. Si alguien quisiera cortarla, como dice Quentin, como un chico cuando hace muñecotes de papel, yo le diría: "Tenga, córtela, a mí no me importa nada, ¡adelante!"»

Weinstein, Tusk y David Linde llevaron en tropel a Smith, Mosier y Pierson al Eating Establishment, enfrente del cine. Pasaron junto a Ray y Lipsky, los chicos de October, a los que Pierson pidió que hablaran en ese momento o callaran para siempre. La película no les interesaba. Harvey siguió prodigando elogios a *Clerks*. «Atacamos a Harvey inmediatamente porque es un auténtico ordinario», recuerda Smith. «Yo no sabía si Harvey nos hablaba a nosotros o a él. Más tarde me di cuenta de que era a él. Es un boca sucia. Fumó, creo, unos nueve cigarrillos mientras se zampaba kilos de patatas. Yo pensé: ¿Y este tipo está a cargo de la empresa? Es fenomenal.» Pierson los llevó a un lado y dijo: «La oferta no es muy alta, pero vosotros no entrasteis en este negocio para hacer dinero, ¿verdad?»

«No, joder, no. Les daría la película por una miseria. Me importa un... Es Miramax, ¿estás loco?»

«¡Fantástico! Ofrecen doscientos mil; voy a intentar que suban hasta doscientos veintisiete.» *Clerks* había costado veintisiete mil dólares. Weinstein dijo: «Cien mil dólares de ese dinero se va en cortar la película, en volver a hacer la mezcla, en ampliarla a 35 mm, ya me entiendes. El resto es vuestro.» Smith pensó: Seguro, les ha gustado *Clerks* pero la han elegido porque acaban de vender a Disney y todo el mundo se pregunta qué significa haber vendido a

Disney. O: «¿Seguiremos viendo películas como *Juego de lágrimas*? ¿Permitirá Disney que un tipo enseñe la polla en una película?» Comprar *Clerks* significó enviar un mensaje muy claro: «Seguimos siendo Miramax porque hemos comprado una película *indie* en blanco y negro, de aspecto mugriento y con muchos, muchos tacos.» Alguien sacó una botella de champán. Cuando Smith y Mosier se fueron del restaurante, uno le dijo al otro: «Tío, ¿pensaste alguna vez que podríamos pagar los sueldos aplazados? Esto es demasiado, tío.» Y se fueron todos a celebrarlo al apartamento de Miramax.

Jim Jacks, el productor de Universal que, junto con su socio Sean Daniel había financiado *Dazed and Confused*, la tercera película de Linklater, acorraló a Smith en la fiesta de despedida de Sundance. Jacks dijo: «¿Miramax te ha comprado la película? Es una lástima, porque me habría gustado comprarla para Universal y retocarla.» Dice Smith: «A mí no me interesaba retocar la película, no quería hacer películas de estudio. En un sistema de estudios nunca podría haber hecho *Clerks*. Lo que ellos quieren son historias sencillas sobre cómo vencer la adversidad. Pero en *Clerks* no hay más que un par de tíos que trabajan en un supermercado 24-horas, que odian su trabajo y que al final de la película siguen trabajando allí y siguen odiando lo que hacen. O sea, que nadie supera nada. Yo quería ser un director independiente, quería trabajar en Miramax. En aquellos días aún valía la consigna: "Nosotros somos el cine independiente."»

Por irónico que parezca, 1994 fue, con *Clerks, Go Fish* y *Spanking the Monkey*, el último año de genuino cine independiente. El futuro traería películas como *Cuatro bodas y un funeral,* distribuida por Gramercy, que terminó recaudando cincuenta y tres millones. Dice Vachon: «Ahora sería imposible vender *Go Fish*. Era una película hecha en un garaje, auténtica, de bajo presupuesto. Las expectativas de la gente por esa clase de películas ya no son las mismas. Cuando el público va a ver una supuesta película independiente, ahora quiere ver *Shakespeare in Love*, no quiere ver nada que sea un auténtico desafío, nada en blanco y negro donde cuesta entender lo que dicen los actores.» Y añade Hope: «No importa si está en contacto con la realidad o no; una vez que lanzas

instantáneamente a la riqueza a un Kevin Smith o a una Rose Troche, la expectativa de que algo igual podría ocurrirte a ti –lo que es irónico, porque ése sería el título de una película en la que a alguien le toca la lotería– es inevitable. Lo que una vez fue "Chico, lo único que necesitamos es que nuestra película se proyecte", se convirtió en: "Es el momento de producir un gran éxito. Es hora de conseguir lo que es nuestro."»

Liz Manne, entonces jefa de márketing en New Line, observó también el cambio: «Parecía que las películas se hacían por los motivos erróneos. Era el síndrome del director independiente como estrella del rock. Esa gente conseguía sus galones de director sólo con una película. Y ya no era que Andrew Sarris escribiera sobre ellos, sino alguna imbecilidad como encajarle el micrófono delante del Egyptian a alguien que en su vida había visto una película de Bertolucci y que sería incapaz de reconocer a Antonioni aunque lo mordiera en el culo. Se convirtió todo en una farsa.»

El éxito del festival mejoró el perfil de Geoff Gilmore dentro del instituto, envolviéndolo, y también a su personal, con un aura de intocable y provocando la envidia y el resentimiento entre los demás programas. Por otra parte, para los empleados de Sundance los otros programas eran parásitos que desviaban el dinero que el festival generaba. En palabras de Cathy Schulman: «La concurrencia era enorme y crecía a pasos agigantados cada año. Sumábamos a toda la gente que compraba entradas a precios extraordinarios, y decíamos: "¿Adónde va a parar todo ese dinero?" Corrían rumores de que lo canalizaban a empresas con problemas, como la estación de esquí.»

El festival se había convertido en un arma de doble filo. Por una parte, en un generador de beneficios muy necesitados y sumamente bienvenidos para el instituto, siempre en apuros. «El festival de 1994 fue crucial para aumentar la solvencia y el presupuesto de Sundance», dice Gilmore. «Fue el primer año que encuadernamos el

catálogo en tapa dura. Se decía que Sundance era una institución nacional. La gente de la industria ya consideraba que el festival desempeñaba un papel importantísimo a la hora de fijar la agenda del universo del cine independiente. Aunque no comprase las películas, la gente iba al festival tratando de imaginar maneras de que los jóvenes directores y los jóvenes actores pudieran imponerse. De repente empezaron a desdibujarse las líneas que un par de años antes habían separado a la industria de los independientes. Los agentes lo hicieron posible. Robert Newman llevó a Robert Rodriguez a Columbia.» Gilmore aplaude la desaparición de las barreras entre los independientes y la industria, las que hacen que almas más puras se encojan de miedo. De hecho, el componente de mercado, aunque fuera peligroso, brindó a los directores una oportunidad sin precedentes de vender sus películas por dinero real. Y si Miramax y Goldwyn, sus distribuidoras, podían conseguir que obtuvieran beneficios, tanto mejor.

Por otra parte, finalmente había ocurrido todo lo que Redford temía cuando se resistía a hacerse cargo del US Film Festival. No solamente terminaron los directores enfrentados entre sí, sino que «la competencia atrajo a Hollywood», dice Schulman. «Les gustaba saber que alguien decía que algo era mejor.» Gary Beer, cuyo trabajo consistía en recaudar dinero, favorecía la competencia por las mismas razones por las cuales Schulman se oponía. Su objetivo era que Sundance creciera, y siempre que podía gritaba la palabra *branding,* la marca, la identificación del producto con el fabricante. Y, lo que es peor aún, el mercado estaba canibalizando al festival: cantidad en lugar de calidad –medida en dólares–. Tan necesitado de dinero estaba el instituto, que prácticamente cada rincón de Park City se había vendido al mejor postor: empresas de automóviles, estudios, revistas, viñedos, etc. Era imposible caminar un metro por la calle mayor sin que alguien te pusiera en las manos una bolsa de regalo llena de camisetas, tazas de café, gorras y hasta un par de discos compactos; de todo, en realidad, menos ropa de Sundance, es decir, las sudaderas, las parkas, los sombreros, la ropa para antes y después de esquiar, en fin, lo que se vendía con enormes márgenes de ganancia en quioscos especiales. El año anterior se

habían visto por primera vez en la pantalla logotipos de empresas, al final del tráiler de Sundance. En palabras de Lory Smith, ex programadora del festival: «Gary Beer obtuvo muy buenos resultados a la hora de atraer a las empresas patrocinadoras. Ahora apoyan a los independientes marcas como Mercedes-Benz, Hugo Boss y PiperHeidsieck. Con todo, a cierto nivel parece como si a la organización le hubieran desangrado el corazón, se ha convertido en un gigante.» Había que acomodar a tantos patrocinadores y suscriptores en la ceremonia de entrega de los premios, que no había lugar para los directores de los cortos, algunos de los cuales, supuestamente, regresarían al festival con largometrajes. Pierson, cansado y desencantado, dejó de representar películas después del festival de ese año; este trabajo fue a parar cada vez más a manos de agentes y abogados. Alexander Payne, que asistió el año siguiente con *Citizen Ruth*, señala: «En Sundance se proyectan películas independientes con este mensaje: "Contráteme, quiero ser un director comercial, necesito un agente y quiero llegar a Hollywood."» O, como lo explica Bingham Ray más sucintamente, el festival se convirtió «en un zoo, en un circo, en un grano en el culo».

Aun cuando el lado comercial de Sundance había sido muy útil a los directores, no era una bendición pura. En palabras de Linda Lichter, veterana del cine independiente: «Al principio existía una contracultura que apoyaba un punto de vista alternativo, ya fuera político o artístico. Ese mundo ya no existe. Ahora lo más común es el "cómo hacerlo". La mayoría de los filmes que van a Sundance tratan sobre cómo perder la virginidad. Bebés que hacen películas sobre bebés. Con algunas excepciones, los cineastas aún no tienen una auténtica voz, y ese lugar es tan aplastante que se los meten en la boca, los mastican y después los escupen.»

Si en 1994 Sundance pendía de un hilo y era posible discutir si *Clerks, Go Fish* y *Spanking the Monkey* representaban el final de lo viejo o el principio de lo nuevo, la siguiente película de Quentin Tarantino lo cambiaría todo, reescribiría las reglas del juego dejando muy claro en qué dirección avanzaba el movimiento independiente.

Tarantino, que antes nunca había salido de los Estados Unidos, se había pasado la mayor parte del año en la carretera, recorriendo el circuito de los festivales del mundo con *Reservoir Dogs*. Cuando hacía paradas en Los Ángeles, se alojaba en el apartamento de Roger Avary en Manhattan Beach. Jersey Films, la empresa de Danny DeVito, le dio a Tarantino un trato de un millón de dólares para desarrollar una idea. Le habían ofrecido toda clase de cosas, pero él mentalmente regresaba una y otra vez al nunca acabado filme antológico que él y Avary habían escrito mientras intentaban que *Amor a quemarropa* se concretase. Tarantino le dijo a Avary: «Era una idea genial, pero... yo quiero escribir todas las historias.»

«¡Fantástico! ¡Hazlo!»

«Muy bien. ¿Puedo usar la que tú escribiste?»

«Por supuesto.» La historia de Avary, «Pandemonium Reigns», el cuento del boxeador que se niega deliberadamente a perder una pelea y escapa de unos gángsteres a la vez que recupera el reloj de oro de su padre, constituye casi una tercera parte de la película que finalmente rodó Tarantino. «Cuando empezamos a aventurarnos en *Pulp Fiction* el pacto era que separaríamos la parte del guión de la participación en el porcentaje de las recaudaciones o del neto una vez pagados todos los costes. Y también los créditos del guión», dice Avary. Jersey tenía un acuerdo con TriStar, dirigida entonces por Mike Medavoy. A TriStar no le interesaba Avary, y cuando el estudio intentó quitárselo de encima, Tarantino salió en defensa de su amigo. También utilizó su nueva influencia para ayudarlo a encontrar financiación para su propia película, *Killing Zoe*, poniéndose él como productor ejecutivo.

Agotado tras su extenuante vuelta al mundo, Tarantino finalmente decidió ocultarse en Amsterdam, donde se quedó tres meses escribiendo. Avary, que fue a verlo allí, recuerda: «Cogimos "Pandemonium Reigns" y lo reescribimos, aunque lo que escribí yo y lo que escribió él apenas se distingue. Básicamente hicimos una incursión en todos nuestros archivos y quitamos todas las grandes escenas que habíamos escrito, las pusimos en el suelo, empezamos a alinearlas y a agruparlas. Había llevado mi ordenador y me puse a combinarlas en secuencias. A Quentin lo financiaba TriStar, pero yo

no tenía donde caerme muerto y tenía que ganarme la vida, por lo que al final lo dejé y me fui a hacer *Kiling Zoe.»*

Tarantino prosigue así esta historia: «Podríamos haber hecho *Pulp Fiction* por ocho millones para TriStar; no podían perder con esa película, pero prefirieron que me fuera con ellos, con un material reforzado con estrellas y que ellos podían hacer por veinticinco millones. No creo que quisieran hacer una película a menos que pensaran que íbamos a ganar cien millones.» TriStar miraba a Tarantino y veía problemas. Cuando tuvo la gran reunión con los ejecutivos del estudio, la reacción de éstos fue legal. Recuerda: «Decían que la película era muy oscura y violenta y yo les dije: "Eh, esperen un momento, déjenme arreglar esto. ¿No les parece graciosa?"

»"Bueno, algunos diálogos divertidos tiene, pero..."

»"Tiene muchas cosas divertidas y va a ser realmente divertida, créanme."

»"Bueno, Quentin, mira... Tú dices que es divertida pero yo veo a un tío clavándose una aguja en el brazo y no creo que nadie vaya a reírse."»

Según Rick Hess, que entonces era un ejecutivo intermedio, Medavoy pensaba que la película era «demasiado demencial».

Prosigue Tarantino: «El peor escenario posible era que no les interesase y no la entendieran pero que dijeran: "La verdad es que no podemos perder dinero; no queremos ser los idiotas que pasemos de la segunda película de Tarantino." Y que de todos modos la hicieran. Yo había decidido que, si ésas eran las vibraciones que me transmitían, les pediría que no hicieran la película. Y dije: "Miren, déjenme que la haga en otra parte. Quiero que el matrimonio funcione." Por eso insistí: "Necesitamos que digan sí o no ahora mismo, queremos saber si podremos hacerla a tiempo para llevarla al Festival de Cannes." Se lo pensaron y luego dijeron que no.»

Medavoy puso *Pulp Fiction* en *turnaround*.* Antes de aceptarla, Lawrence Bender, el productor de Tarantino, se la dio a Richard Gladstein, a quien Harvey había contratado como jefe de producción.

Gladstein leyó el guión y se lo pasó a su jefe, que estaba en Los Ángeles a punto de regresar a Nueva York. El guión tenía ciento sesenta páginas. Harvey le echó un vistazo como diciendo: ¿Qué coño es esto? Esto no es un guión, es un listín telefónico. Gladstein exclamó: «¡Por favor, léelo! Es el nuevo guión de Quentin.»

«¿Es bueno?»

«Es genial.»

«¿Crees que debemos hacerlo?»

«Sí, creo que deberíamos hacerlo.»

«¿Tengo que leerlo esta noche en el avión?»

«Tienes que leerlo esta noche en el avión porque tenemos una pequeña oportunidad antes que todos los demás. No es una gran oportunidad, pero es una ayuda. Por lo tanto, aprovechémosla.»

Tres horas más tarde, Weinstein llamó a Gladstein. Había leído las primeras veinte páginas. «¡Por Dios! ¡Es brillante! El comienzo es increíble. ¿Es todo igual de bueno?»

«Sí.»

«Muy bien, no te muevas del despacho. Seguiré leyendo.» Tres cuartos de hora más tarde volvió a llamar y dijo: «Acaba de morir el protagonista.»

«Correcto.»

«¿Cómo termina?»

«Harvey, calla y sigue leyendo.»

«Richard, ¿tiene un final feliz?»

«Sí.»

«¡Oh, Dios! El tipo vuelve, ¿no? Te volveré a llamar.» Y cuando lo hizo, media hora más tarde, exclamó: «Mierda, tenemos que hacer esta película. Es increíble. Compra el guión, voy a hacerla.»

Weinstein no podía creerse su buena suerte. «A diferencia de muchas otras personas de esta ciudad, los Weinstein confían en sus propias opiniones, trabajan a un nivel visceral», dice Tarantino. «Harvey se pone a leer el guión en el avión y cuando llega a la mitad, antes incluso de terminarlo, llama y dice: "Cerrad el trato. Tenemos que conseguirlo." Esa clase de entusiasmo no se puede discutir.»

Comparada con *El piano* y *Juego de lágrimas, Pulp Fiction* no era

tan arriesgada. En palabras de Hess: «Todo el mundo había dicho: "Joder, yo no habría comprado una película en la que la chica no abre nunca la boca. Me quito el sombrero ante Harvey y Bob. No habría comprado una película en la que el muchacho enseña la picha en el tercer acto." *Pulp Fiction* era diferente. Sí, tenía una estructura temporal desacostumbrada, no era lineal en ningún sentido, pero tenía sexo, drogas y rock and roll, y también violencia, y eso es algo por lo que cualquier estudio habría apostado.»

Para sacar adelante sus películas con una fracción de lo que un estudio gastaría en hacerlas, Harvey tenía que convencer a los actores para que rebajaran sus tarifas. Todos sabían que las películas independientes se hacían por amor al arte; la actitud de Harvey era: Yo estoy haciendo el trabajo de Dios y las estrellas tienen que cobrar con retraso, trabajar por el salario mínimo o compartir el riesgo aceptando porcentajes aplazados, como lo hicieron por Woody Allen y Bob Altman. Antes de vender a Disney, Harvey no podía permitirse no hacerlo. Después de la venta, cuando saltaba a la vista que Miramax ya no era realmente independiente y podía permitirse pagar precios de la lista A, hacer creer que era independiente se volvió mucho más importante, un escudo necesario para desviar el control de los agentes y los sindicatos. De ahí, como sospechaba Smith, que compraran una película como *Clerks*. Los agentes, en particular, odiaban al copresidente de Miramax porque convencía a los actores para que rebajaran sus honorarios. «Harvey siempre quiso tener una agencia de talentos, una manera de controlar a los actores y sus tarifas», dice Safford. «Lo he acompañado a reuniones con agencias en las que profirió las peores amenazas, diciendo que iba a crear su propia agencia y a quitarles la mitad de los clientes.» Sin embargo, los agentes siguieron sentándose a la mesa de Harvey.

Dice Marcy Granata, la ex vicepresidenta de márketing: «La base del poder de Harvey son los actores. Harían cualquier cosa por él. Puede que a Hollywood le molesten los tratos que hace, pero no obstante, una estrella, un gran director o un guionista se sientan a discutir basándose en la lealtad a Harvey. Muchos talentos, especialmente los jóvenes, tienen que adaptar su personalidad a los

estándares de Hollywood y eso los hace sentir ahogados. Pero aquí hay alguien por el que no necesitan sentirse ahogados. Con Harvey no tienen que pasarse una noche entera fingiendo, pueden ser ellos mismos.»

Por suerte, Tarantino y su guión estaban tan en la onda, que los actores hacían cola en la puerta para trabajar por el salario mínimo. Subrayando la afinidad entre los dos hombres y sus empresas, el reparto de *Pulp Fiction* tomó la forma de un «Katzenberg Special»: estrellas en apuros que necesitaban relanzar su carrera, como John Travolta y Bruce Willis; actores de carácter, como Harvey Keitel y Samuel L. Jackson; artistas prometedores pero apenas probados, como Uma Thurman, e incondicionales independientes como Amanda Plummer y Eric Stoltz. Tarantino rechazó a Daniel Day-Lewis para el papel que finalmente interpretó Travolta, y a Meg Ryan y Holly Hunter para el papel que le dio a Uma Thurman, reduciendo así el presupuesto a unos escasos 8,5 millones. Willis venía de una serie de grandes ruinas como *El gran halcón* y *El último boyscout*, y de fracasos de taquilla como *Persecución mortal*, pero en el extranjero seguía siendo un actor taquillero. Basándose sólo en su nombre, Miramax vendió los derechos mundiales por once millones, dejando atrás los números rojos antes de que Tarantino pudiese gritar «¡Acción!» Como indicador de la velocidad con la que cambiaba el movimiento independiente, el agente Cassian Elwes dice que William Morris «vendió el paquete *Pulp Fiction».* Entre los clientes de Morris figuraban Tarantino, Avary, Willis, Travolta, Keitel y Ving Rhames.

En cuanto terminó el rodaje de *Pulp Fiction*, apenas comenzado 1994, Avary estaba en el laboratorio supervisando el color de *Killing Zoe*, su película, cuando recibió una llamada telefónica. Era el abogado de Tarantino, «desesperado», según Avary. Le enviaba una cláusula adicional al contrato de *Pulp Fiction*, en virtud de la cual Avary cedía su crédito de coguionista a cambio de un crédito que decía «una historia de». Quería que Avary lo firmase y lo devolviera por fax de inmediato. Avary llamó a su amigo y, con un tono de incredulidad en la voz, dijo: «Espera un momento, Quentin. ¿Quieres que firme un papel que en el fondo dice que yo renuncio a mi

crédito de guionista y que acepto el crédito de "una historia de"?» Según Avary, Tarantino respondió: «Bueno, sí, quiero que al final de los créditos diga: "Escrita y dirigida por Quentin Tarantino".» Dice Avary ahora que «cuando te posicionas para convertirte en una estrella de los medios, no quieres que la gente no entienda bien quién es la estrella».

Siempre según Avary, Tarantino intentó convencerlo de que se trataba de un buen acuerdo, diciéndole: «Mira, tú te quedas con "una historia de", tuya y mía, y el crédito de guionista es para mí, pero como bien sabes la historia del medio, la del boxeador, es tuya y de esta manera el crédito te atribuye toda la historia a ti. ¿No es fantástico?» Avary pensó: Es muy convincente. Se parece a la vez en que me convenció para que dejara esa foto mía en la sección gay de Video Archives, recomendando películas. Sin embargo, toda *Pulp Fiction* está condimentada con cosas que son mías. Avary respondió: «No, no pienso firmar.» Avary afirma que, al oírlo: «Quentin se puso hecho una furia.» Y le gritó: «De acuerdo, muy bien, voy a reescribir el guión, voy a quitarle todas tus contribuciones y te vas a quedar sin nada.» Avary no era miembro del Writers Guild, sindicato de guionistas; Tarantino le prometió el equivalente de los derechos residuales del Writers Guild y un ajuste de la participación en su favor. Avary acababa de invertir todo lo que tenía en *Killing Zoe* y tenía que hacer frente a una deuda de la tarjeta de crédito que ascendía a diez mil dólares; además, debía algunos meses de alquiler. Se lo pensó otra vez y dijo: «De acuerdo.» Firmó el documento, lo envió por fax y cogió el dinero.

«Me compré la casa con esa película; por lo tanto, no me quejo, pero ése fue el momento en que se produjo la primera fisura en nuestra relación. Me dolió que primero me llamara su abogado; podía haberme llamado él. La manera en que de repente atacó me sorprendió mucho más que lo que me pedía, el crédito. Fue como una agresión. Para mí, ése fue el momento en que se desvaneció completamente todo lo bueno que tenía el hecho de avanzar juntos y escribir el uno para el otro. Quiero mucho a Quentin, pero lo cierto es que después de eso las cosas no volvieron a ser como antes. En ese momento me di cuenta de que los años noventa no eran muy

distintos de los ochenta y los setenta. Esta industria tiene una manera de hacerse con la amistad, el amor, la pasión y el entusiasmo que implica el hecho de crear, de coger todo ese idealismo y hacerlo pedazos. Lo que yo quiero es que las cosas vuelvan a ser como eran, y no es el dinero lo que las hacía como eran. Simplemente echo de menos el hacer películas por el gusto de hacerlas. Y echo de menos a Quentin.»

Tarantino se defiende: «Las cosas que Roger considera una traición son la manera natural en que las cosas cambian. Yo había dicho: "Déjame comprar 'Pandemonium Reigns', le daré un primer repaso, lo incorporaré en mi material y luego puedes integrarte tú y podemos darle otro repaso." Pues bien, ese segundo repaso nunca lo hicimos porque yo lo hice casi todo en el primero. Ya no había razón para llamar a Roger. "Pandemonium Reigns" podría no haberse producido nunca. A mí me gustaban la idea básica de la historia y un par de episodios; el resto lo tiré a la basura.»

Los Weinstein estaban tan encaprichados con Tarantino, o tan convencidos de que *Pulp Fiction* sería un éxito, que le permitieron desacatar abiertamente la que se había convertido en la primera regla de Miramax: «Obedecerás lo que dicen las Fichas.»* Dice Tarantino: «Fue maravilloso poder llegar a ese acuerdo, el momento en que se decide la ruina o el éxito. No estaba dispuesto a permitir fichas ni grupos de sondeos ni cuestionarios. Básicamente, cuando les enseñé la película, fue como si les dijera: "Esto es lo que hay." Esas estúpidas fichas dicen: "¿Qué escenas le gustaron más? ¿Qué escenas le gustaron menos? Rellene el jodido espacio en blanco." Basta con preguntarle a cualquier director que asista a una proyección de una película con público; enseguida sabe en qué partes es lenta, cuándo no es divertida, en qué momentos el público se confunde. De todos modos, no me oriento por sus opiniones. Me importa un rábano lo que piense el señor Hockenmayer. ¡A mí me interesa saber lo que siente!»

Harvey creía ciegamente en el valor publicitario del espacio-tiempo: apariciones personales, entrevistas, cosas por el estilo, y explotó el potencial que Tarantino había exhibido en Cannes dos

años antes. En palabras del director Alexandre Rockwell: «Quentin nació para ser famoso.» En un preestreno, el protocolo manda que el director llegue una vez el filme ha empezado y que se quede en última fila o en el vestíbulo para no influir en el público. Pero Tarantino no pudo contenerse; lo que más le gustaba era dejar pasmado a un público de palurdos en Villa Nada, Iowa, apareciendo sin avisar y montando un numerito.

Se organizó una proyección en Portland, Oregón, en una sala de proporciones considerables. Cuando llegó el grupo de *Pulp Fiction*, les dijeron que un empleado de la sala quería presentar la película. Tarantino: «No quiero que ese gilipollas presente nada, voy a hacerlo yo.» Gladstein objetó: «No, Quentin, no puedes entrar ahí y presentar la película.»

«¿Qué quiere decir que no puedo?»

«Quentin, si tú presentas la película, vas a desencadenar un verdadero drama y no vas a tener una reacción auténtica.»

«Richard, ¿quieres decir que si subo y la presento podría gustarles un poquito más? ¡Dios nos libre de que ocurra algo así!»

«Ya no hacemos el rollo de las fichas. ¿No te interesa saber qué piensan realmente?»

Bob, que los observaba discutir, los interrumpió y dijo: «Joder, Quentin... ¿quieres hacerlo? Pues hazlo.» Tarantino recorrió el pasillo dando zancadas, se plantificó delante de la pantalla como si fuera el dueño de la sala y anunció: «Muy bien, quiero cerciorarme de que tengo el público adecuado. Voy a hacerles una pregunta. ¿Cuántos habéis visto *Reservoir Dogs?*» Una tercera parte de los presentes levantó la mano. Tarantino dijo: «Perfecto.» La gente comenzó entonces a darse cuenta de que ese hombre que les hablaba era el director en persona. Se podía palpar el entusiasmo que desbordaba la sala. Sin parar de moverse, el director dijo: «Un momento, tengo otra pregunta. ¿Cuántos han visto... a ver, levanten la mano, cuántos han visto *Amor a quemarropa?*» La mitad del público levantó la mano. El lugar bullía de excitación. «¡Es Quentin Tarantino!» Mirando por encima del público, Tarantino dijo: «¡Vaya, eso sí que es genial! Pero permítanme que les haga una última pregunta antes de irme. ¿Les gustó *Lo que queda del día?*» Un puñado de personas levantó

la mano entusiasmada, pensando que recibirían una palmada en la cabeza. Y Tarantino gritó: «¡Fuera de aquí ahora mismo!» y se fue por el pasillo malhumorado. Toda la sala reaccionó con una ovación, aplaudiendo y gritando. Se apagaron las luces, se hizo el silencio y así se proyectó por primera vez *Pulp Fiction*.

Antes de que la película se estrenase, *El cuervo* le ofreció a Miramax un anticipo de lo que se avecinaba. En mayo, Dimension, la compañía de Bob, estrenó la película de Alex Proyas protagonizada por Brandon, el hijo de Bruce Lee, muerto durante el rodaje, dejando sus escenas inacabadas, por el disparo de un arma que no habría debido de estar cargada. Nadie que no fuera Bob podía tocar esa película, y él la compró y la terminó. Dice Foley: «El primer fin de semana recaudó doce millones. Llevaban meses sin ver tanto dinero, y mucho menos en un fin de semana. Ése fue el comienzo. [Dimension] derribó las barreras. En lugar de mirar y preguntarse qué está pasando ahí arriba, lo descubrieron. Les encanta el dinero. Oh, Dios, ¿no es maravilloso? Y se produjo con una rapidez tal que fue perturbadora.» *El cuervo* terminó recaudando cincuenta y un millones y puso a Dimension en el mapa.

Si los Weinstein solían ir a Cannes como compradores de poca monta, de pronto pasaron a ser no sólo compradores de alto nivel, sino también vendedores. Exhibieron otras tres películas además de *Pulp Fiction –Fresh, La foto del compromiso* y *Clerks*–, y llevaron más o menos a una docena de actores y amigos de *Pulp Fiction*, más su propio séquito. Smith y Scott Mosier, que no querían ir, pues preferían quedarse en Red Bank, vieron *Pulp Fiction* en un pase especial para amigos y críticos que Weinstein organizó en el Olympia Theater antes del estreno. La película duraba dos horas y cuarenta minutos. «Quedamos boquiabiertos, convencidos de que habíamos visto algo genial», recuerda Smith. *«Pulp Fiction* era genial sin ningún esfuerzo, una película que había que ver y recomendar a la gente; al verla, te sentías parte de algo. Pero le dije a Mosier: "Es maravillosa, pero ¿quién irá a verla aparte de los cuatro gatos que vieron *Reservoir Dogs?"* Cuando los de Miramax dijeron que iban a estrenarla en unas mil salas –algo que en esos días era inaudito para

una película de arte–, la gente reía y decía: "Oh, Dios mío, tienen que hacerle frente también a *El especialista*, la de Stallone."»

Ese año, Cannes tenía hambre de famosos –la única otra película con gran estrella era *The Hudsucker Proxy*, de Joel y Ethan Coen, con Paul Newman–, y los admiradores y los *paparazzi* enloquecieron con la pandilla de *Pulp Fiction. Reservoir Dogs* llevaba un año pasándose todas las noches en el Utopia de París.

La película de Tarantino se estrenó un sábado por la noche, muy tarde, a las 00.30. Los organizadores del festival vallaron La Croisette entre el Carlton, donde se alojaba Tarantino, y el Palais, la sala donde se proyectó *Pulp Fiction*. Por la calle avanzaba serpenteando una caravana formada por unas dos docenas de limusinas con la gente de la película, de Miramax, la gente de Jersey Films y una variopinta comitiva. La multitud, en cuádruple fila, se apiñaba en la acera tratando de tocar los coches y coreando: «¡Quentin, Quentin! ¡Uma, Uma!» Tarantino, que sabe observar estas cosas, comentó: «En todos los grupos había unas quince personas que vitoreaban a Bruce, nueve que coreaban ¡Travolta! y cuatro que gritaban mi nombre.»

Una vez más, la noche de los premios, la formación de *Pulp Fiction* desfiló hasta el Palais, donde ocuparon los lujosos asientos. Cuando empezaron a entregar los premios, Harvey, que estaba sentado junto a Tarantino, murmuró en voz no muy baja: «Sí, mejor guión. ¿Crees que vas a conseguirlo?» Tarantino respondió: «Sí, me van a dar el premio al mejor guión.» Pero el premio se lo llevó Michel Blanc por *Grosse Fatigue*. Tarantino ya empezaba a inquietarse, pero pensaba que aún tenía la oportunidad de conseguir el premio al mejor director, puesto que pensaba que *Tres colores: Rojo*, de Krzysztof Kieslowski, también de Miramax, ganaría la Palma de Oro, y sabía que el ganador de la Palma de Oro no podía llevarse los dos galardones. Sin embargo, el premio al mejor director fue para Nanni Moretti por *Querido diario*. Y Tarantino pensó: Vaya, ése queda descartado, ahora puede tocarle a cualquiera. Al final, el único premio que quedaba por entregar era la Palma de Oro. Weinstein, que no paraba de saltar en su butaca como una morsa en un

trampolín, ladró: «¡Oh, Dios! ¡Quentin, has ganado la Palma de Oro, has ganado la Palma de Oro!»

«Cierra la boca, Harvey. No, no hemos ganado la Palma de Oro.» Tarantino, que imaginaba que habría un premio especial para los actores, pensó: Tendré que levantarme y subir a aceptar un premio para Bruce, John y Sam. Es el premio intermedio. Todas las miradas se clavaron en el escenario; Tarantino vio que Clint Eastwood salía muy tranquilo y anunciaba: «El siguiente premio es la Palma de Oro, y la película ganadora de 1994 es... ¡*Pulp Fiction!*» Cortando el aire como un cuchillo en medio de una atronadora ovación, se oyó la voz de una espectadora que chillaba en francés: *«¡Scandale! ¡Fasciste!»*

Cuando Tarantino ganó la Palma de Oro, sus viejos amigos se preocuparon. Rockwell intentó hablarle con franqueza. Y dijo: «Créeme, se te van a echar encima como lobos hambrientos.» Tarantino lo miró perplejo, como diciendo: «¿Y qué? ¿Cuál es tu problema?» Rockwell pensó: Menudo capullo, ahora se toma en serio. La evidente incomprensión de su amigo lo hizo sentir como el señor Paranoico, de Nueva York, contra el señor Ésta es mi Gran Oportunidad, de Los Ángeles. Pero continuó, obstinadamente, y le dijo a Tarantino lo importante que era proteger su integridad: «Eres un gran director, no transijas. No importa cuántas personas vean una película. Tú dedícate a hacer grandes películas.»

«No, no, yo puedo hacer las dos cosas. Puedo ser el próximo...»

Recuerda Rockwell: «Vi que los ojos se le ponían vidriosos cuando le hablaba de la integridad artística. Y pensé: Dios mío, este tipo se va a vender. ¿Qué pasó en los setenta? Directores que hicieron aquellas grandes películas y luego, de golpe, dejaron de ser rebeldes. Ahora son el sistema. La gente se enemistó, perdió su concepción artística. Gran parte de mi energía la gasto mandando a la mierda a los demás. Ya se sabe, si me aceptan, ¿a quién voy a mandar a la mierda? ¿A mí mismo? Tenemos que ser rebeldes. Pero me sentí casi como si le hablara a Quentin en un idioma extranjero.»

Allison Anders tuvo más suerte. Llamó a Tarantino cuando el director regresó de Cannes. «Estaba muy asustada, ya sabes... Esas cosas que te pasan con los amigos, piensas que van a alejarse de ti», cuenta Anders. «No paraba de llorar. Quentin estuvo maravilloso;

me dijo: "¿No habrás pensado que iba a cambiar, verdad?" Y yo le dije: "¿Por qué no ibas a cambiar?" Pero la verdad es que pienso que va a estar muy bien así. Es frustrante, porque de alguna manera uno quiere salvarlo, y al mismo tiempo te das cuenta de que tiene la cabeza mejor amueblada de lo que la gente imagina. Aún recuerdo el día en que se compró su primer vídeo PAL. Quentin dijo, serio como una patata: "Sencillamente creo que si no me va bien en el cine, puedo dedicarme a piratear cintas de PAL a NTSC." Y yo pensé: Estupendo. Me alegra saber que tienes un plan B.»

Clerks, la modestísima película de Kevin Smith, salió triunfadora de Sundance. El director se quedó rascándose la cabeza. «Mi vida cambió en un instante, pero al mismo tiempo no cambió», recuerda. «Me pasaba el tiempo sentado, diciendo: "¿Sigo en el Quick Stop? ¿Quién sabe si esto va a funcionar o no?" Decidí seguir trabajado ahí. Por supuesto, Miramax enseguida me dijo: "¿Sigues trabajando en el mercadito?" De repente, el Quick Stop se convirtió en un filón. Enviaron a todos los periodistas del mundo. "¡Miradlo! ¡Este chico es América! ¡Trabajando en una tienda 24-horas!" Y yo sentía que no era ésa la razón por la que había vuelto a mi trabajo; no quería ser un símbolo.»

Cuando Smith y Mosier volvieron a Nueva York, Harvey les dijo: «Soy un hombre viejo y ésta es la película de un joven; no sabría deciros siquiera qué tenéis que cortar. Decís que tenéis diez minutos, ¡cortadlos, pues!» Y le permitió a Smith que hiciera sus propios cortes sin ninguna injerencia. Luego, les hizo pasear el numerito por todo el país. «Me inculcaron la idea de hacer campaña con las bases», dice Smith. «Nos pasamos un año de festival en festival, de Cannes al festival de Colorado, y también a la primera edición del de Nueva Orleans. En fin, fuimos a todas partes. Hicimos también la gira por las universidades. Me sentía muy cómodo haciendo tantas cosas a la vez. La gente decía: "Baila eso que bailas en *Clerks*." O: "¿Has intentado alguna vez chuparte la polla?" Y yo les decía: "Eh,

éstas no son las preguntas que le hacen a Woody Allen cuando va a hablar a una universidad, pero, de acuerdo, yo no soy Woody Allen."»

Smith era inteligente, afable y muy divertido, un buen actor. Agradable, franco y nada presumido en lo tocante a su trabajo, se negaba a darse aires y sus admiradores lo veían como uno de ellos, lo cual era más o menos cierto. No tenía madera para ser una superestrella como Tarantino, pero tenía su nicho, y dentro de él brillaba con fuerza. Se convirtió en el George Lucas de los malos tratos a sí mismo, y Red Bank fue su Skywalker Ranch. Tenía su propia página web desde la cual vendía sus subproductos –camisetas, pósters, juguetes, toda clase de chismes– y aún hoy se pasa cuatro o cinco horas al día conectado con sus admiradores en salones de chat. Da charlas en las universidades aunque no tenga un nuevo filme que estrenar. Dice Smith: «Miramax convertía a los actores en estrellas de rock porque era mucho más sencillo que los directores fueran a hablar de sus películas que intentar negociar con un actor, su representante o su agente de prensa, especialmente cuando se disponen a estrenar su próxima película.»

Clerks se estrenó el 2 de octubre de 1994 y recaudó 3,1 millones de dólares, superando a *Slacker* y, posiblemente, también a *Reservoir Dogs*, dos de las películas favoritas de Smith. Más tarde recaudó otro tanto a escala mundial. No era un mal negocio cuando todo funcionaba bien. Smith tenía listo otro guión, una evisceración satírica de la Iglesia católica, titulado *Dogma*, pero era una película de mayor calibre y no se sentía preparado para rodarla hasta que tuviera más experiencia. Le enseñó el guión a Harvey y le dijo: «Ésta es la próxima película que quiero hacer con vosotros.» Harvey la leyó y le dijo: «Estupendo, me encanta, ¡la estrenaremos en Viernes Santo!» Dice Smith: «Años más tarde, cuando finalmente hicimos *Dogma*, Harvey ya no hacía bromas sobre el Viernes Santo.»

Como Linklater, Smith no pudo resistir la tentación de morder la manzana e hizo su segunda película, *Mallrats*, para Jacks y Daniel, de Universal. Recuerda el director: «Jacks la promocionó siempre como una versión inteligente de *Porky's.*» Lo cual le pareció bien. Prosigue Smith: «Yo no crecí viendo películas de Eric Rohmer, crecí

viendo pelis de John Landis. Quería hacer una comedia de adolescentes y tetas, de las que ya nadie hace. Jim tenía siempre presente la agenda del estudio. Al principio, pretendíamos hacer esa película por tres millones de dólares. [Dijeron:] "No se puede hacer una película por tres millones."

»"Oh, sí que podemos. Ya hicimos una por veintisiete mil."

»"Ésa no es una verdadera película. Es imposible hacer una película por menos de seis millones." Más adelante descubres que no se puede hacer ninguna película por menos de seis millones, ¡sobre todo si los productores ganan setecientos cincuenta mil por cabeza! Por ejemplo, [en *Mallrats*] había una escena en la que todo el mundo hablaba de las cicatrices que les han dejado los coños. La llamábamos la escena Tiburón. Y ellos decían: "Eso tienes que quitarlo."

»"¿Por qué?"

»"Porque a nadie va a parecerle gracioso; les parecerá ofensivo y se irán de la sala gritando."

»"A mí me parece que estáis sacando por la fuerza del guión lo que es realmente original."

»"No, nada de eso. Lo que queremos es llegar al mayor público posible. ¿Quieres tú llegar al mayor público posible?"

»"Sí, supongo que sí."

»"¿No quieres que vea tu película la mayor cantidad de gente posible? ¿Puede ser eso algo tan malo?"

»"Sí, supongo que es lo lógico." Y luego, más adelante, uno lo entiende solo. No es que sea algo malo, pero no es forzosamente para todo el mundo. No se trata de tener el mayor público posible, se trata de llegar a un público. Hay gente a la que simplemente le gusta contar historias y no importa si cien millones de personas se identifican con eso o si sólo se identifican mil personas. Hay cierta satisfacción, cierta satisfacción artística –a falta de una palabra mejor– que las atrae hacia el mundo del cine, que las mueve a hacer películas. Y yo era una de esas personas. En cierto modo, el cine independiente permite que cualquiera coja una cámara y cuente su historia. Yo no me considero un artista, en absoluto, pero pienso que soy lo bastante testarudo para querer hacer mis historias a mi

manera, sin que nadie interfiera, sin que nadie venga a darme consejos.»

La manera en que Universal vendió –o no vendió– *Mallrats* dice mucho acerca de las diferencias entre el márketing de los estudios y el márketing independiente. «Meter la pata es duro, pero no hubo nada parecido a una campaña con las bases», prosigue Smith. «Un pase para la prensa, con todos los gastos pagados, y yo hablo con unos periodistas de cuarenta o cincuenta años sobre una película que no es para ellos. Después de esa experiencia, me di cuenta de que ése no era el lugar en el que quería estar. Y pensé: ¡Oh, mierda, hagamos el próximo trato con Miramax! Poco a poco se aprende que de independiente Miramax tiene lo mismo que Universal. La gran diferencia es que... no ves a Miramax como una gran empresa sin rostro. Tiene un rostro. No es alguien bien vestido, no es la cara de un modelo de portada muy acicalado... Es la cara de alguien al que podrías ver cortando carne en el mostrador de la tienda de *delicatessen.»*

A mediados de 1994, después de la venta a Disney y de la carrera para el estreno de *Pulp Fiction*, en Miramax pudieron verse muchas caras nuevas.

Aunque sin duda alguna los Weinstein eran el motor de la empresa, sus empleados contribuyeron de manera considerable al éxito que culminó con la compra por parte de Disney. Habitualmente, una empresa en la posición de Miramax les habría dado primas. Los Weinstein convocaron una reunión en la sala de proyecciones de Tribeca para dar la noticia y les dijeron a sus empleados que, efectivamente, recibirían bonificaciones; sin embargo, por alguna razón, esas bonificaciones nunca se materializaron.

Los Weinstein siempre habían sido muy hábiles a la hora de evaluar el poder de la competencia y atraer a ejecutivos de otras empresas con una combinación de adulación, pasión auténtica o

simulada y una asombrosa habilidad para captar exactamente lo que las fantasías de éxito escondían detrás de los ojos de la paloma, lo que se necesitaba para convencer al ejecutivo en cuestión. Era el mismo poder de seducción que con tan buenos resultados habían empleado para traer películas y directores al redil. Por ejemplo, cuando Pierson vendió *Go Fish* a Goldwyn pasando por encima de las enérgicas objeciones de Harvey, le hizo saber a éste que Bowles había sido una pieza clave para Goldwyn. Harvey amenazó con llevárselo a Miramax inmediatamente, y lo hizo el año siguiente. Harvey tropezó con Bowles en la playa durante el Festival de Sarasota; cuenta Bowles que «Harvey venía andando como un pato con un conjunto de tela de toalla, y me dijo con voz áspera: "Ése era el manual, era hermoso; me encantaba, me encantaba. Impresionante. Perfecto, un trabajo perfecto."» Poco después, Bowles dejó Goldwyn y entró en Miramax. «Te da miedo pensar en trabajar con los Weinstein por la fama que tienen, y yo no quería hacerlo», recuerda. «Pero, al mismo tiempo, era algo que en cierto modo deseaba.» Al principio le encantó. «En Goldwyn, yo lanzaba una idea y los ejecutivos decían: "Nos dará muchos problemas, no nos molestemos." Pero cuando lanzaba una idea en Miramax, decían: "¡Fantástico! Hagamos esto, hagamos aquello, no dejemos piedra por mover." Trabajábamos como negros. Nadie se sentaba a charlar alrededor de la fuente de agua refrigerada.» Por supuesto, una vez que cogían el dinero, los Weinstein pensaban que eran tu dueño. Perdían todo el respeto, y las cualidades que al principio los habían atraído se evaporaban misteriosamente. Si en Goldwyin, en Fine Line o en Sony Classics hacías un buen trabajo, el que hacías en Miramax era cutre; era otra persona, en otra parte, la que se convertía en el patrón oro. Dice un ex empleado: «Es como el tipo que quiere hacer una conquista sexual; la cacería es más embriagadora que la captura de la presa. Una vez que folla, pierde todo interés.»

No obstante, los Weinstein consiguieron alcanzar la masa crítica de ejecutivos extraordinariamente talentosos que crearon el marco para el extraordinario período de cuatro años que en 1998 culminó con *Shakespeare in Love*. En particular, los departamentos de publicidad y márketing se reforzaron con Marcy Granata y Mark Gill,

procedentes de Sony Pictures Entertainment, también conocido como Columbia y TriStar. «Nos pidieron que introdujéramos las ideas de los grandes estudios», dice Granata. «Por ejemplo, puedes estar en el programa de David Letterman* no sólo una noche con una estrella de cine, sino seis noches seguidas con seis estrellas distintas, como Sam Jackson y Uma Thurman, que nunca habían estado en el *Show* de Letterman. Ése era el nuevo método: podemos hacerlo todo.»

Gill era rápido, encantador y ambicioso. En una industria construida sobre la confusión y los rumores, su pico de oro y su reputación de franco lo convirtieron en un favorito de los periodistas, aunque más de una vez lo pusieron en apuros. Su relación con los hermanos no era tan fluida como la de Granata. Según Stacy Spikes, a quien Gill había traído de Columbia Records para ayudar a una capa más joven y enterada en la promoción de las bandas sonoras de Miramax: «Gill discutía con ellos, decía lo que pensaba, y los Weinstein le decían: "Muy bien, Mark. Si es así, ¿por qué no te largas?"

»"No pienso daros esa satisfacción. Despedidme."

»"No, márchate. Porque eres fantástico en tu trabajo, eres un idiota."

»"Despedidme. ¿Por qué no me despedís? ¿No tenéis huevos?" Mark no se marchó nunca y los Weinstein nunca lo despidieron. Gill sabía cómo moverse en esa situación y era capaz de caminar directo hasta el borde.»

Spikes tenía sus propios problemas. Recuerda su primer día, cuando le ordenaron pasar a la sala de reuniones. Bob metió en el vídeo un *spot* televisivo para cierta película de Miramax y se sentó al lado de él. Harvey estaba en la otra punta de la mesa. Bob dijo, alzando la voz con su sonsonete inconfundible, como si le hablara a un niño: «Steeeycy. ¿Te ha gustado ese *spoooot*? ¿Es un buen anuncio televisivo?»

«Sí, Bob, creo que es bueno.»

«Es una mierda. Es horrible. ¿Cómo te puede parecer eso un buen anuncio televisivo?» Harvey le recordó a Spikes al personaje de Don

Logan interpretado por Ben Kingsley en *Sexy Beast*, el gángster que amedrentaba tanto a los demás matones que la perspectiva de recibir una llamada suya era suficiente para que se cagaran en los pantalones. Nadie podía decirle que no. «No se podía decir que no», dice Spikes. «Podíamos estar en una reunión esperando que llegase Harvey y la gente reunida en la sala te hablaba de las ocho maneras distintas en que pensaban decirle que no; pero, en cuanto llegaba, todas se iban diciendo que sí.»

Poco después Spikes se fue a October.

Además de Jack Foley y de Donna Gigliotti –la muy estimada colega de Michael Barker y Tom Bernard en Orion Classics durante los años ochenta–, en septiembre de 1993 llegó Jack Lechner como jefe de producción. Procedía de Channel Four, Londres, vía HBO, y llegó a ser vicepresidente ejecutivo de desarrollo. También se incorporó Cary Granat, de Universal, para dirigir Dimension, la división de Bob. Y Scott Greenstein, un abogado procedente del departamento jurídico de Viacom. En broma se decía que cuando Harvey hacía una prueba a abogados, sacaba del archivador un contrato firmado y le decía: «De acuerdo, si eres tan bueno como dices, dime cómo puedo salir de este lío.» Greenstein parece un Drew Carey judío,* con una cabeza grande y cuadrada como una hogaza de pan que va ensanchándose de la frente a la barbilla hasta tocar fondo en una impresionante quijada. Estaba demasiado gordo, y padecía una enfermedad de piel (psoriasis o eczemas). Al personal no le gustaba porque negociaba los contratos de trabajo. Su afección se convirtió en blanco del ridículo.

«Cuando la gente hacía bromas con la palabra nieve alrededor de Scott, no se referían a cocaína», dice Tusk. «En realidad, hablaban de su caspa.»

Greenstein había crecido en Nueva Jersey y, al margen de los éxitos que llegó a conseguir, parecía corroído por esa sensación de no ser de Manhattan ni lo bastante moderno para actuar en los

tribunales de Nueva York. Pero todo eso él lo compensaba a lo grande, haciendo saber a todo el mundo que se tuteaba con Bruce (Springsteen), con «Little Stevie» (Van Zandt) y con Jon (Bon Jovi). Le encantaban los famosos: grandes deportistas, estrellas del rock, estrellas de cine, cualquier clase de estrellas. Se esforzaba para ser *cool*, con sus camisas de azul neón y enormes gafas fotosensibles con unas monturas de oro que le daban aspecto de lechuza. Sin embargo, se esforzaba también por hacer las cosas bien y, al final, más o menos lo conseguía. Después de *Pulp Fiction*, empezó a usar las gafas de sol de Sam Jackson. Era un lameculos descarado, y aun cuando su víctima se lo viera venir y supiera que se comportaba así con todo el mundo, la táctica funcionaba. Decía: «Mira [completar el espacio en blanco], esto queda entre nosotros. Eres uno de los pocos en que puedo confiar. Puedo hablar contigo porque estoy seguro de que eres capaz de entenderlo.»

Con todo, Greenstein tenía un excedente de energía nerviosa –un colega lo llamaba «terrier anfetaminado»– y no tardó en ser una pieza imprescindible para los Weinstein. Dice Paul Webster, ex jefe de producción de Miramax, que más o menos en esos días llegó procedente de Miramax: «Scott era el perro de ataque de Harvey.» Como un pez piloto, caminaba siempre sólo un paso por detrás de él. Cuando Harvey miraba a la derecha, Scott miraba a la derecha. Cuando Harvey miraba a la izquierda, Scott miraba a la izquierda. Siempre tenía el móvil pegado a la oreja, mientras Harvey le ladraba a la otra: «Dile que se vaya a la mierda», o: «Dile que voy a cortarle los cojones y a metérselos por el culo», o incluso cosas menos delicadas. Greenstein era especialista en amaños. Harvey conocía a alguien en una fiesta, entraba en su fase «el Padrino» y le prometía el cielo. A la mañana siguiente, se arrepentía: «Scott, ¿por qué lo hice? Sácame de este lío.» Scott se encargaba entonces de dar la mala noticia, encontraba una fisura, incordiaba al individuo en cuestión, lo amenazaba, lo intimidaba, lo compraba. Como si siguiera a su jefe con un bote de Mr Clean y una bayeta húmeda, limpiando la suciedad que dejaba a su paso. Se parecía a Winston the Wolf, el personaje interpretado por Harvey Keitel en *Pulp Fiction*, el empleado de la lavandería presente en la escena del crimen que se

ocupa de quitar la sangre de las paredes y los sesos de la alfombra. En palabras de Bowles: «Si había un trabajo absolutamente desagradable, de mal gusto o casi imposible, era Scott el que lo hacía, por las buenas o por las malas. Era un arma acojonante, eso era lo que les gustaba a Harvey y a Bob. Era la persona en la que más confiaban, en la que más se apoyaban. Él ejecutaba.» Al final, Greenstein terminó ocupando el lugar de nuevo «tercer hermano».

Con todo, Greenstein tenía sus partidarios. Era amigo fiel de algunos empleados de Miramax que pensaban que, debajo de las bravuconadas, las poses y la avidez por servirle el café a los jefes, se escondía un niño inseguro, descontento con su aspecto, su peso y su caspa. «Soy un gran admirador de Scott», dice Lechner. «Harvey decía: "Haz que tal cosa ocurra." No era sencillo porque Harvey siempre pedía imposibles, pero la gran mayoría de las veces, Scott conseguía lo imposible. Fue decisivo a la hora de montar Miramax Books, de hacer tratos sin precedentes y de ampliar la marca.» Según una fuente: «Muchas cosas eran muy difíciles para él, pero la gente tiene diferentes umbrales. Y el suyo era más alto que el de la mayoría.»

Pero por desgracia, aunque la competencia era feroz, en la empresa el puesto del tercer hermano también se conocía como el puesto del chivo expiatorio. Cuanto más cerca de la llama revoloteaba Greenstein, más a menudo se chamuscaba las alas. Los hermanos apilaban sobre su persona una humillación tras otra. Harvey compró *Dead Man*, de Jim Jarmusch, por cuatro millones de dólares, sin haberla visto. Al salir de una proyección en Cannes, en 1995, uno de los hermanos se volvió hacia Greenstein y dijo: «¿Qué te parece, Scott?» No conocido precisamente por su buen gusto ni por su interés por el cine, en ese momento de su carrera y sabiendo que los hermanos ya habían pagado mucho dinero por esa película, respondió más o menos con estas palabras: «Dios mío, creo que es la película más brillante que he visto en mi vida, ¡sensacional!» Bob (o Harvey) repuso: «¿Sabes una cosa? ¡Nosotros pensamos que es una auténtica mierda!»

En otra ocasión, Harvey se encontraba junto a los ascensores de los despachos de Miramax, a punto de subir a la sala de

proyecciones, en el segundo piso, cuando Greenstein se le acercó. De repente, Harvey le dijo: «¿Adónde vas, Scott?» Greenstein contestó: «Pensaba ver parte de la película contigo.» Con una expresión de incredulidad, como si Greenstein acabase de decir que era capaz de volar, Harvey preguntó: «¿Por qué?» No es que quisiera ser malo; simplemente no comprendía por qué Greenstein quería usar el tiempo por el que le pagaban una buena pasta viendo una película en lugar de quedarse en su despacho arrancándole las uñas a alguien.

La prosperidad no había vuelto a los Weinstein más buenos ni más amables. De hecho, sucedió todo lo contrario. Con el inminente éxito de *Pulp Fiction* como voto de confianza a su perspicacia, Harvey Manostijeras se volvió más audaz. En palabras de Stuart Burkin: «Cuando empecé, antes de lo de Disney, la cosa iba de hacerle la corte a los cineastas. Después de Disney, era otra cultura, pura arrogancia.» Harvey había seleccionado *El pequeño Buda*, de Bernardo Bertolucci. El director era, por supuesto, uno de los más destacados maestros del cine, con películas como *Antes de la revolución, El conformista, Último tango en París* y *Novecento*. No era Robert Bresson; nunca había dado pruebas de inclinarse por los argumentos sobrios y económicos. Le gustaban los grandes frescos, más o menos como a Francis Coppola. *El pequeño Buda,* protagonizada por Keanu Reeves y rodada en Nepal, Bután y Seattle, la había financiado CiBy 2000 por cuarenta millones. Bertolucci había tenido un gran éxito con su epopeya *El último emperador*, y Harvey estaba ansioso por hacer negocios con él y con Jeremy Thomas, su productor, quien, como Saul Zaentz en los Estados Unidos, era uno de los pocos proveedores coherentes de películas de calidad). Compró los derechos norteamericanos por ocho millones de dólares después de leer el guión y de mirar un carrete de veinte minutos que le encantó. Jeffrey Katzenberg le recomendó que no la comprara: «Harve, no compres esa película. Yo también he comprado carretes de veinte minutos. Estás a punto de cometer el mismo error que yo.»

«¡Pero es Bertolucci!»

«Tú nunca tuviste ocho centavos, y mucho menos ocho millones.

¿Y ahora piensas que puedes ir y hacer películas con Bernardo? Si la película dura tres horas y media, vas camino de un enfrentamiento. Y si algo no necesitas en tu vida, es eso.»

«Jeffrey, no me importa si dura tres horas. También *El último emperador* era larga. Eso no me molestó.»

«Te garantizo que será un capítulo triste.»

Dice Harvey ahora: «Tendría que haberle hecho caso a Jeffrey. Para mí y para Bernardo fue, en efecto, un capítulo triste.» Weinstein no era la mejor oferta. Pero, dice Bertolucci: «En Europa nos despertaba la curiosidad este distribuidor norteamericano capaz de hacer dinero con películas que probablemente no se habían estrenado correctamente ni siquiera en Europa.» Bertolucci pensó: Weinstein es uno de los pocos distribuidores que comprende que no hay una sola clase de público, que hay diferentes clases de público para diferentes clases de películas. Siendo más pequeño, siendo independiente, no estrenaba una película en mil quinientas salas como hacen los grandes estudios, sino en quince salas, e iba creciendo poco a poco. Y añade: «Por alguna razón ese hombre me fascinaba, porque es raro encontrar a alguien diferente a todos los ejecutivos que uno conoce en Hollywood.»

Cuando terminó el rodaje de *El pequeño Buda*, los hermanos viajaron a Londres a echar un vistazo a «la película que habían comprado antes de verla», prosigue Bertolucci. «Harvey fue brutal. Dijo: "Tienes que cortar al menos doce o trece minutos." El tono era amenazador. Pero en esos días yo estaba justo en el momento de la mezcla de sonido, la película era yo, yo era la película, y no podía aceptar ninguna [crítica].»

Una vez pasada la fiebre de la mezcla de sonido, el director reflexionó. Y se reunió con Harvey: «Dime qué quieres cortar. No estoy aquí para dármelas de director europeo con mayúsculas, con ese ego que les hace desmayarse de horror si alguien les dice que corten un solo fotograma de su película. Si me convences, lo haré.» Pero Harvey no logró convencerlo. La relación se enfrió. Harvey le enviaba cartas con listas de los cortes que recomendaba, diciéndole que le gustaría estrenar la película en un gran número de salas pero que no podría hacerlo a menos que fuese más corta; amenazó con

enviarla directamente a vídeo si Bertolucci no hacía lo que él quería. En el invierno de 1993-1994, Bertolucci y Thomas fueron a Nueva York. Harvey probó *El pequeño Buda* en Nueva Jersey. «Ya sabías cuál sería el resultado con sólo ver la sala», dice Thomas. «Eran unos multicines en medio de un páramo industrial.» Recuerda Mark Urman, publicista de la película: «Habían reclutado a un curioso grupo de gente a la que sin duda alguna no iba gustarle. La proyección no fue bien; intentaron usar ese resultado como prueba de que era necesario cortarla.» Dice Bertolucci: «Los preestrenos son un arma terrible en manos de gente como Harvey.» Miramax volvió a proyectar la película en Manhattan con el mismo resultado.

Según Weinstein: «No conseguía que Bernardo se cortara el pelo, así que mucho menos un fotograma de su película. Nunca me escuchan. La única manera de conseguir que estos grandes directores hagan algún cambio es convencer a otros grandes directores para que se lo digan. En este caso, Jonathan Demme fue el factor vital. En cuanto Demme le dijo que era demasiado larga, empezó a saltar la mierda.» Bertolucci dice que eso nunca ocurrió: «Es otra de sus fantasías.»

El director se alojó en un hotel del centro de Manhattan. Acompañado por Thomas, Urman, Jean-François Fonlupt, el jefe de CiBy 2000, y un reducido número de personas, el director subió a una gran limusina en la calle Cincuenta y nueve y se dirigió a Tribeca para una reunión que, pensaba entonces, sería sólo para tratar de márketing. Nevaba ligeramente; los coches parecían salpicados de azúcar glas. En la industria del cine, es habitual dar las malas noticias en el último minuto, cuando ya es imposible hacer nada, y Fonlupt esperó que el coche casi hubiera llegado a Tribeca para decir: «Ah, por cierto, vamos a ver otra versión de la película, en cinta.» Indignado, Bertolucci, que, según el contrato, tenía derecho al montaje final, exclamó: «¿De qué estás hablando? ¡Yo todavía no he cortado nada!» Fonlupt repuso: «¡Claro, lo han cortado ellos!» Dice Urman: «Tenían un montador, una persona de posproducción que hacía tráilers –vaya uno a saber quién era; lo que está claro es que no era Bertolucci ni el montador de Bertolucci– y le ordenaron que hiciera una versión abreviada de *El pequeño Buda.»* Bertolucci

anunció, en un inglés con marcado acento italiano: «Estas cosas a mí no me pasan. No pienso ir a ninguna reunión.» Dirigiéndose a Thomas, añadió: «¿Por qué lo has permitido? ¿Por qué no me has protegido?» Prosigue Urman: «Bernardo perdió la chaveta. Le sorprendió que fueran capaces de hacerle algo así a un director de su categoría, especialmente después de haberles señalado que él mismo estaba dispuesto a cortar. ¡Era Bernardo Bertolucci! Le pidió al chófer que aparcara junto al bordillo, se bajó del coche y no volvieron a verlo durante horas. Estábamos preocupados porque nunca llegó a la reunión.»

«Busqué un bar», recuerda el director; «al acercarme a la puerta, había un tramo muy resbaladizo, nieve convirtiéndose en hielo, y resbalé y terminé de culo en el suelo. Me dije: "Muy bien, ésta es mi situación."»

Bertolucci nunca vio el montaje de Miramax pero, a medida que pasaban los meses: «Me di cuenta de que la película no se estrenaba. Y pensé: Los dos o tres años que pasé con budistas me enseñaron a ser modesto. Me dije: "Seamos budistas, olvidémonos del ego. Así es posible que la película se estrene. De lo contrario iremos directamente a televisión o a vídeo. No corté quince minutos, corté dieciocho. Cuando se la enseñé a Harvey, dijo: "Oh, gracias, has hecho un gran trabajo, ahora sí es una gran película." Y la estrenó, aunque en realidad no puede decirse que la estrenara.»

El pequeño Buda se estrenó la última semana de marzo de 1994. Pese a que Bertolucci mismo la había cortado, Miramax nunca la estrenó en todo el país. La gente de *El pequeño Buda* pensó que Miramax pasaba de la película. El director y el productor estaban destrozados. «Dejé a Bernardo hundido en la miseria», dice Thomas. «Tendría que haberlo protegido mejor, pero no concebía que una cosa así pudiera producirse a mis espaldas. Una película como *El pequeño Buda* no es una película normal, es una empresa enorme. Se tarda años en llegar a esos lugares, al Nepal, a esos viejos monumentos, en vestir a toda esa gente... Hay que pagar un precio, dos o tres años de tu vida, y es peor aún para un director. Bernardo quedó muy afligido, le llevó tiempo recuperarse. No me lo explico, es

extraño no cuidar de un tesoro como Bernardo, porque es un tesoro. Y el cine necesita eso: tesoros.»

Ahora Bertolucci se pregunta por qué Weinstein compró *El pequeño Buda.* «Es un esnob», dice. «Y esnob significa *sine nobilitate*, "sin nobleza"; es un esnob porque no tiene nobleza y es posible que le guste ir detrás de películas que lo hagan parecer más noble. Pero en mi caso se trató simplemente de castigar la cosa que puede hacerte mejor. Es complicado. Tenía cierto olfato para las cosas. Luego, en su papel de Harvey Manostijeras, empezó a creer demasiado en sí mismo, se creyó el autor de la película y fue entonces cuando empezó a descontrolarse con esa clase de megalomanía. No se puede creer en una película de calidad hecha por personalidades, como estas películas, y luego superar la personalidad de las personas que hicieron las películas con tus ideas no muy luminosas.» Bertolucci acababa de rodar una película titulada *Soñadores,* ambientada en París en 1968. ¿Se la ofreció a Miramax? «No, a Miramax ya no le ofrecería ni una taza de café. No confiaría en Harvey. Cuando vi *The Sopranos* reconocí algunos rasgos peculiares de Harvey.» Si tuviera que hacer una película de los Weinstein, ¿pondría a James Gandolfini en el papel de Harvey? «Sí, pero no creo que le diera el papel protagonista. No se lo merece.»

6. LA CASA QUE CONSTRUYÓ QUENTIN
1994-1995

• ***De cómo October puso a Jeff Lipsky de patitas en la calle y Disney le decía a Miramax que* Kids *era un asunto muy peliagudo, mientras Quentin Tarantino se convertía en el Mickey Mouse de Weinstein.***

Miramax es un estudio. No hay otra manera de definirlo.

QUENTIN TARANTINO

Para Allen & Co., la estructura de gestión de October –su cuarteto de socios– siempre había sido difícil de manejar. Y lo que es peor aún, al cabo de un año la empresa dejó de ganar dinero. Durante un retiro de fin de semana en Boca Raton, en 1993, donde se suponía que los cuatro socios reforzarían sus lazos afectivos y definirían su estrategia mientras jugaban al tenis y al golf, a la hora de la cena Amir Malin les comunicó a Bingham Ray y a Jeff Lipsky que la junta quería que él y John Schmidt dirigieran la empresa. «El problema que teníamos era que ni Bingham ni Ray eran hombres de negocios, no pensaban en dólares y centavos», dice Malin. «Lo único que les importaba era que sus nombres se mencionaran o que las películas que habían tenido buenas críticas no tuvieran buenas recaudaciones. Parecía una carrera para hundir el barco.» Y prosigue: «La junta quería que yo dirigiera la empresa. Me negué. Les dije que sólo aceptaría un puesto directivo si también participaba John.»

Malin le caía mejor a Schmidt que a Ray; Schmidt no está de

acuerdo con los que califican a Malin de «mentiroso patológico». «Es una expresión demasiado fuerte», dice. «Amir es uno de esos tipos que lleva su propia realidad allí donde va. Yo lo definiría mejor como alguien que distorsiona la verdad, que tapa las cosas. Con él te sientes como si pisaras arenas movedizas y ésa no es una buena manera de trabajar. Sin embargo, Amir tiene sentimientos muy sinceros respecto de la gente, de sus amigos, de su familia. En su mente, todo eso es totalmente auténtico. Y sincero.» Con todo, Schmidt dice que fue él y no Malin quien desbarató la tentativa de la junta de ascenderlo. «Fue entonces cuando en el fondo de mi alma empecé a creer lo que había oído decir de él, que utilizaba a las juntas de estas empresas para desbancar a sus socios. Amir había maniobrado para colocarse en una posición desde la que podía intentar algo para llegar a director general. El Libro de Amir es el polo opuesto del Libro de Job. A todos los que lo rodean les salen granos, pero a él no.»

En todo caso, Ray preguntó, muy alterado y en voz muy alta: «¿Qué nos estás diciendo? ¿Que vas a despedirnos de nuestra propia empresa? ¿La empresa que nosotros creamos, a la que nosotros te trajimos?» Según Ray, Malin se limitó a repetir: «Allen & Co. quiere que yo lleve la empresa.» Prosigue Ray: «A ojos de la junta, ya no éramos socios en las mismas condiciones. Malin y Schmidt estaban por encima de nosotros, que éramos inferiores. Ellos eran los encargados de las finanzas y nosotros, los humildes, los machacas de las compras, del márketing, de la distribución. Jeff y yo estábamos deshechos.» A medida que pasaba el tiempo, Ray se convenció de que «los tejemanejes de Amir estaban detrás de toda esa movida. Ése fue el comienzo de su campaña para hacerse con el poder. Amir cree que lo que hace es invisible, pero en realidad es transparente. Por qué la junta cayó en la trampa de Amir es uno de los grandes misterios de la vida. Al final de ese camino espera la muerte.»

Las consecuencias de esa reorganización radical de la gestión fueron serias. Cambiaron los papeles de los dos fundadores. Lipsky se hizo cargo del márketing y de la distribución; Ray, de las compras. Dice Ray: «Nos convertimos en una especie de lanzadores de

penaltis.» Después del retiro en Boca Raton, las relaciones entre Ray y Malin, que nunca habían sido buenas, empeoraron. Si Ray y Lipsky eran una mala combinación, Ray y Malin eran de planetas diferentes. Prosigue Ray: «La animosidad era declarada, tanto en los despachos como delante de los demás; discutíamos acaloradamente sobre casi todo. Amir trataba de imponer su voluntad y yo trataba de impedirlo.»

Apartado del departamento de compras, Lipsky siguió su propio camino. «Jeff no se comportaba como un socio», dice Ray. «Entonces ya se portaba como un cowboy, molestaba de veras a John y Amir. Detestaba *La última seducción* porque no le habían dado el visto bueno para comprar esa película. Lo habían eliminado totalmente del circuito y él se sentía muy presionado, hasta tal punto que empezó a tener sudores y palpitaciones.» Pálido, temblando y sudando profusamente, un día Lipsky se tumbó en el sofá de su despacho y dijo: «Es un ataque al corazón, que alguien llame a una ambulancia.» Schmidt, que nunca había visto nada igual, se alarmó. Ray le dijo que no hiciera mucho caso: «Está estresado. Se le pasará, créeme.» Y así fue. «Jeff es un talento extraordinario», prosigue Ray. «No hay tipo más exaltado y apasionado cuando se trata de una película, pero lo que le pasa es que es un acelerado. Siempre a toda máquina, siempre a doscientos por hora. Para él no hay curvas, no hay cambio de marcha. Sólo una bola rápida que en cada minuto apunta a tu cabeza. Funciona, pero no mucho tiempo. Es tan intenso, y es tan particular su manera de presentarle las cosas a la gente, su manera de vestir, que a estos chicos blancos y de clase alta les resultaba difícil aceptar.»

Por su parte, cada vez más aislado, Lipsky era capaz de ver dónde fallaban las cosas. Malin, que al principio se había dado por contento quedándose en la sombra, como había hecho en Cinecom, se asomó a la zona iluminada. En la primavera de 1994 fue a ver a Lipsky y le dijo: «Vamos a hacer esa película con Martin Scorsese», un nombre que –como productor ejecutivo– obraba milagros. Dice Lipsky: «Me pasaron un guión espantoso, *Search and Destroy.* Ileana Douglas, que entonces era la novia de Scorsese, iba a trabajar en la película. Yo dije: "Eh, chicos, esperad un momento. ¿Por qué hacemos esto?

Tenéis a David Salle, un director primerizo, un artista que nunca en su vida se ha puesto detrás de una cámara, y un guión basado en una obra de Broadway." Envié a mi ayudante a la biblioteca Donnell: "Tráeme todas las reseñas de *Search and Destroy* que puedas conseguir." Y me trajo diez, de periódicos de Nueva York. Algunas de las reseñas más feroces que he visto en mi vida. Era una locura, estaba en juego nuestra reputación. Si vas a mojarte de esa manera, ¿por qué escoger precisamente ese vehículo? Tiene que haber algo mejor.» Pero Malin no le hizo caso. Desde su punto de vista, el riesgo de October era tan pequeño que podía decirse que esa película era una tontería. «La producción significó la caída de Amir en Cinecom, pero era su pasión, lo que seguía empujándolo, también en October», dice Lipsky. La película fue un fracaso.

Mientras Lipsky se veía obligado a agacharse en su despacho, Ray viajaba cada vez más seguido a festivales, a comprar películas que Lipsky detestaba, que creía invendibles. Recuerda: «Cuando Bingham y yo empezamos, habíamos decidido no comprar nada por lo cual no sintiéramos una pasión común. Si a uno le gustaba y al otro no, no comprábamos. Luego Bingham se fue a Francia y pagó setecientos mil dólares por *El coronel Chabert,* una película que no me gustaba nada y que no se podía vender. Y también compró *Cemetery Man* y *Bad Behavior*. Me vi obligado a apoyar las decisiones que él tomaba y llegó un momento en que tuve que decir que October ya no era la empresa que yo había concebido caminando a orillas del Támesis en Londres.»

Lipsky tenía otro problema, llamado Gary Siegler, el inversor principal. Siegler era un célebre capitalista de riesgo. En palabras de Ray: «Gary es un arrogante, un tipo bien, de buena educación y muy rico que aún no ha cumplido cuarenta años y que piensa que tiene al mundo agarrado por los cojones y que todos deberían besarle el culo. Había que soportar a Gary, y Jeff no lo soportaba.» Según Ray, Siegler no hacía más que quejarse con una voz que rezumaba sarcasmo: «Esta inversión está funcionando muy bien, de veras. Si quisiera esta clase de beneficios, podía haber invertido mi dinero en letras del tesoro.» Recuerda Lipsky: «A los de Allen & Co. los entendía, pero no entendía a Gary. Siegler y yo nos odiábamos.

Se enfadaba conmigo porque hacíamos galas para organizaciones de beneficencia en las que cobrábamos doscientos cincuenta dólares la entrada, y porque reservábamos asientos para todos los miembros de la junta y sus invitados. Empezaba la película y no se veía a Gary por ninguna parte. A los quince minutos yo le decía a alguien que se había sentado en los escalones: "Usted ha pagado doscientos cincuenta dólares. Creo que esta butaca no la va a ocupar nadie; venga, siéntese aquí." Gary aparecía invariablemente veinticinco minutos después de que empezara la película, con una chica del brazo, y perdía los estribos. Qué le vamos a hacer, la vida es demasiado corta.»

Prosigue Ray: «Cosas estúpidas e insignificantes como ésas eran grandes problemas en las reuniones de la junta. Una vez, mientras Jeff repasaba la lista de producción, Gary se puso hecho un basilisco. "¡¿Cómo te atreves a ofrecer mi asiento?!" Cuando se hizo una pequeña pausa en la diatriba, Jeff dijo, no de un modo terriblemente malicioso: "¿Has terminado?" Y Siegler: *"¡No, joder! ¡Todavía no he terminado!"* Rojo de ira. De rabia. Para demostrarle que era Gary Siegler y que él era sólo una mierdecilla. A partir de ese momento, trabajar ahí fue la muerte.»

Cuando terminó 1994 y empezó 1995, la bomba de tiempo de October ya estaba en marcha. Si Ray compraba películas que Lipsky detestaba, éste le devolvía el favor. Como pasó con *Smoking* y *No Smoking*, dos películas de Alain Resnais, que compró por su cuenta y riesgo en París. Dice Ray: «Jeff empezó a tomar decisiones en el vacío, sin hacer partícipe a nadie. Trajo las películas y a nadie le gustaron; no queríamos estrenarlas. "¿En qué coño pensabas, Jeff, cuando compraste estas películas por doscientos mil dólares? Si se tratara de *Hiroshima mon amour*, otro gallo cantaría, pero no son *Hiroshima*." Todo eso desembocó en una larga y pesada situación legal con los productores en Francia. Nos hizo quedar realmente mal.»

Desde el exterior, la gente acostumbrada a su *modus operandi* sospechaba que el patinazo de Lipsky era una operación de Malin, la salva de apertura de lo que muy probablemente sería una tentativa de quitarse de encima a sus tres socios, uno tras otro. Pero había

mucho más que combustible suficiente para prender un fuego sin que Malin tuviera que encender la cerilla; le bastaba con quedarse sentado y disfrutar del espectáculo.

Pese al colapso de la relación, Ray era el único amigo que Lipsky tenía en October. Según recuerda Ray, en febrero de 1995 Malin y Schmidt fuero a verlo y le dijeron: «Vamos a despedir a Jeff. Es un peligro para toda la empresa, podemos irnos a pique si no lo despedimos.» Ray no dijo que no, pero pensaba que Malin y Schmidt tenían que ser capaces de manejar la situación. Y preguntó: «¿Por qué no me dejáis que hable con Jeff? Puede que conozca una manera de arreglar esta mierda.»

«No, no, no. Eso no va a pasar.»

Ray pensó: Sólo quieren quitárselo de encima; será un obstáculo menos para Amir, que se hará con todo el poder. Ni siquiera quieren ser ellos los encargados de decírselo. Y dijo: «Muy bien, se lo diré yo si vosotros no pensáis hacerlo.»

Ray fue a ver a Lipsky y le dijo: «Jeff, van a atacar. Quieren despedirte.»

Lipsky, atónito, preguntó: «¿Y tú qué pintas en todo esto?»

«Yo no quiero que lo hagan.» Sin embargo, siempre según Ray, tanto él como su amigo estaban convencidos de que eran débiles, de que sus enemigos eran fuertes y de que no importaba nada lo que Ray pensara.

Schmidt, Ray y Malin le dieron la mala noticia a Lipsky un fin de semana. Lipsky, que estaba preparado, se lo tomó con humor. Más tarde manifestó su resentimiento. Bingham Ray «me traicionó», dice ahora. «A veces me pregunto si de verdad éramos amigos cuando empezamos. Es posible que yo lo utilizara a él y él me utilizara a mí para conseguir un objetivo que sí alcanzamos, pero ese objetivo empezó a desvanecerse en cuanto pusimos en peligro nuestra visión inicial.»

Lipsky había ayudado a Ray a ascender haciéndolo entrar en dos empresas. «Desde entonces lo he lamentado», dice Ray. «Yo permití que eso ocurriera. No opuse resistencia. Podía haber dicho: "Mierda, no, no vais a despedir a Jeff Lipsky; si lo despedís a él, también tendréis que despedirme a mí." Pero me porté como un cobarde.

Tenía tres hijos, esas cosas. Ése fue el principio de la campaña de Amir. Se quitó de encima a Jeff con el apoyo de John, y gracias a mi incapacidad para hacer nada. Yo no quería cargármelo, no fue idea mía. Pero me echó la culpa por su caída en October, me echó la culpa a mí y me seguirá acusando de ello mientras viva.»

Pulp Fiction se estrenó el 14 de octubre de 1994. No hubo «plataforma», es decir, no se estrenó en un puñado de salas y esperó tranquilamente el boca a boca, la manera tradicional de lanzar una película independiente. Se estrenó inmediatamente en mil cien salas, y con una recaudación tan increíble que las malas noticias sobre películas como *El pequeño Buda* quedaron sencillamente olvidadas. «Retomé el trabajo donde lo había dejado Marty Zeidman», dice Jack Foley. «No había sala demasiado mala o demasiado buena para esa película o cualquier otra que pudiera convertirse en dinero. Esto es un negocio. Vendemos arte.»

Pulp Fiction recaudó 9,3 millones el primer fin de semana, superando por muy poco a *El especialista*, la película de Sylvester Stallone estrenada en dos mil trescientas salas, la misma que, según Kevin Smith, iba a destrozar a *Pulp Fiction*; al menos eso es lo que afirma Miramax. Cuando terminó su temporada, *Pulp Fiction* había recaudado 107,9 millones en los Estados Unidos –el doble que *Juego de lágrimas*– y 212,9 millones en todo el mundo, convirtiéndose en el primer filme independiente que superó la barrera de los cien millones. «Nadie se lo esperaba», dice Smith. «Miramax tuvo la intuición de que iba a barrer.» Y añade Foley: «Antes de *Pulp*, Bob y Harvey nunca habían hecho cien millones con una película. Eso es una locura. Es tanto dinero que puedes llenar la bañera de billetes y darte un baño. La conciencia cambió en 1994.»

El principal impacto de la película de Tarantino cayó sobre la propia Miramax y, en consecuencia, sobre la dirección del cine independiente durante el resto de la década. No por nada llama Harvey a su empresa «la casa que construyó Tarantino». Dice:

«Nunca tuve que decirle a ningún director, en ninguna parte del mundo, nada más que esto: "Somos la empresa que hizo *Pulp Fiction."* Una vez que lo conseguimos, volvimos a casa en libertad.» La película consolidó la posición de Miramax como la superpotencia independiente reinante.

Tarantino le dio voz a Miramax. Con su estilo *épater le bourgeois*, su humor oscuro, fruto de la espeluznante facilidad con la que se movía por la cultura pop, era el director que Harvey soñaba ser cuando daba vueltas por el plató de *Playing for Keeps* muchos años antes. Nada de terceros hermanos; Quentin pasó a ser el hijo que Harvey no tenía. El sentimiento era recíproco. «Quentin adoraba a Harvey», dice Rick Hess, que, antes de irse a TriStar, era agente subalterno en William Morris, la agencia que representa al director de *Pulp*. «Pensaba que Harvey era el amo del universo.» Hablando de Miramax, Tarantino dice: «Si me pusiera en el mercado libre, podría extender mi propio cheque. Pero no quiero ponerme en el mercado libre, y no sólo por el dinero. Es por todo: el dinero, la autonomía, la libertad creativa. Yo soy el Mickey Mouse de Harvey y Bob. Por lo que a mí respecta, podría venir al plató todos los días. ¡De lo único que hablamos es de lo estupendos que somos!» Tarantino alardeaba de poder conseguir que Miramax hiciese lo que él quería, y no se equivocaba. Prosigue Hess: «Para Harvey, Quentin era su billete a cualquier parte, lo cual significaba que Quentin iba a llevarlo al siguiente nivel.» Harvey utilizó la lealtad de Tarantino para coaccionar a sus agentes. «Llamaba y decía: "Si no me dais ese contrato, llamo a Quentin. Me lo llevaré a ICM."», añade Hess. «Pero Harvey no es tonto, y no iba a soltarlo. Lo que quería era asegurarse su posición, por lo cual básicamente consintió la mayoría de los puntos importantes. Los tratos de Quentin no tenían precedentes, eran enormes. De la distribución en vídeo consiguió un porcentaje que antes nadie había obtenido nunca.»

Tarantino, más que cualquier otro director independiente de los noventa, siguió los pasos de los grandes directores del Nuevo Hollywood de los años setenta, obsesos de la cultura pop que eran prácticamente unos críos cuando los tocó la varita mágica y se convirtieron en los príncipes ranas de Beverly Hills. Dice Weinstein:

«Es el único digno de Martin Scorsese.» Y añade Smith: «Quentin se convirtió en el rostro de *Pulp Fiction*, incluso más que el jodido de Bruce Willis, que Uma Thurman y Travolta. Cuando se ve a un director presentando *Saturday Night Live*,* piensas: oh, Dios, ¿qué ha pasado aquí? Algo grande. De mí nunca nadie dijo que era un genio. En realidad, sí, pero gente que me hace pensar: Eso y cincuenta centavos me sirven para un puto café.»

Después de *Pulp Fiction*, el ego de Tarantino descarriló. Dijo entonces Alexandre Rockwell: «Quentin es un forofo del vídeo que se despertó en una tienda de golosinas. De repente, se interesan por él muchísimas mujeres que antes no querían ni ir a alquilarle un vídeo. Fue como un fuego arrasador.» Según Hess: «Tony Scott le besó la mano, y también todos los grandes directores, diciéndole: "Ojalá hubiera hecho yo lo que tú has hecho." Había gente que le ponía la alfombra a su paso. Si hasta quisieron usar su nombre para una cadena de restaurantes. Da bastante miedo, es algo vertiginoso. Algunos directores lo evitan, pero a él le iba la marcha, la alimentaba. "¡Fantástico!", decía.» Una vez, mientras paseaba por Los Ángeles, al acercarse a un puesto de periódicos, dijo: «Oye, si no salgo en las portadas de cinco revistas o no hay cinco artículos de portada sobre mí, te pago diez pavos. Venga, apuesta.» Luego repasó las revistas una por una y dijo: «Bingo. ¿Lo ves? Cinco.»

Si ya había muchos chicos que se metían a directores de cine por las razones equivocadas, las recompensas de la fama y la fortuna que *Pulp Fiction* derramó de manera tan llamativa sobre su director empeoraron las cosas. Dice Jack Lechner, jefe de desarrollo de Miramax: «Demasiado aspaviento y demasiada prensa, y el propio Quentin convirtiéndose en el primer director independiente realmente famoso, como nunca lo fue Soderbergh. Hasta tal punto que en otro mundo esta gente haría otra cosa porque no la mueve el mismo amor al cine que siente Tarantino.» Si la imitación es la forma más sincera de adulación, Tarantino no tardó nada en llegar a ser el director más adulado del planeta. «La imitación es algo que siempre ha existido, incluso en los mejores días de Sundance, cuando se veían diez películas iguales con almiares, una trainera y un pueblo»,

prosigue Lechner. «Pero no vi que mucha gente imitara *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* porque todavía no le parecía que haciendo cine uno puede hacerse rico, que hacer cine es un camino para ser rico y famoso. Eso fue algo que proliferó después de *Pulp Fiction*.»

Pulp Fiction abrió de par en par las puertas del invernadero independiente y permitió que entrase una fresca brisa que agitó los lánguidos pétalos de las exóticas orquídeas que allí se marchitaban. Por raro que pueda parecer, las ambiciones de los Weinstein –películas artísticas para un público de multicines– no diferían mucho de las de Redford. También Sundance intentó romper el matrimonio de lo independiente con lo convencional, pero no funcionó, porque desde el punto de vista cultural Redford era tan puritano que puede decirse que relegó a la oscuridad del espacio exterior las películas sin ningún componente comercial. Miramax no tenía esas inhibiciones, y Tarantino realizó el sueño de Redford, una fusión de arte y comercio que produjo una película independiente con enorme éxito comercial. En palabras de Soderbergh: «Las películas de género son un escondite magnífico. Se puede jugar a dos niveles. El público asiste a ver cierta clase de película y se complace con la satisfacción que le producen los géneros específicos. Entretanto, puedes permitirte incluir algunas de tus preocupaciones personales sin que la película se vuelva pretenciosa o aburrida.»

Para los directores independientes, Tarantino era el modelo de una nueva trayectoria profesional. El argumento clásico de los estudios con los directores que se consideraban artistas o *auteurs* era el que en 1971 utilizó Paramount para convencer a Francis Coppola para que hiciera *El padrino,* una película que, al fin y al cabo, se basaba en un bestseller bastante malo; a saber: ganar mucho dinero haciendo basura y luego estar en condiciones de hacer lo que uno quiera. En otras palabras, haz una para nosotros y después podrás hacer una para ti. Se suponía que el arte y el comercio no se mezclaban. Pero, tras probar la fruta de «hacer una para los estudios», son muchos los directores que nunca se ponen a hacer la segunda, la película para ellos. «No paran de decirme que tengo que hacer las películas que no quiero hacer para llegar a hacer las

películas que no puedo hacer», dice Ethan Hawke, hablando como director y actor ocasional enfrentado a elecciones similares. «Cuando terminó el rodaje de *El club de los poetas muertos*, yo sólo tenía dieciocho años. Recuerdo que asistí a una reunión de Disney. Estaba meando junto a David Hoberman [el jefe de Touchstone], y él dijo: "Bueno, la verdadera cuestión es saber si tienes agallas para ser estrella de cine, las agallas que hacen falta para querer serlo." "Agallas" significaba ser actor. Porque hay otra clase de agallas, agallas para intentar hacerlo sin jugar según sus definiciones. La gente intenta hacerte sentir mal, te dice cosas como: "¿Eres feliz siendo un artista alternativo?" Por eso no me lo trago. No veo que muchos de los que se convierten en grandiosas estrellas internacionales luego empiecen a hacer toda clase de películas adultas, desafiantes, subversivas, complejas. Tom Cruise trabajó en *Magnolia,* y lo admiré por atreverse a hacerlo, pero no sé si yo podría soportar hacer las otras dieciocho películas que tuvo que hacer para llegar hasta allí. Todavía conservo cierto espíritu romántico de los años setenta, una fuerte actitud antiempresarial. Creo que esta generación colabora demasiado. Ahora mismo veo a un montón de jóvenes actores que hacen tanto dinero, absorbidos por tantas películas, que me asusta. Si los actores y los directores tienen la mentalidad de la corporación, me pregunto quién, entonces, no tiene esa mentalidad.»

Pero, como se vio más tarde, en el caso de *El padrino* el arte y comercio se mezclaron muy bien. No fue sólo «una para ellos», también fue una para el director, y también una película para todos nosotros, gran arte popular con esa rara amalgama de arte y comercio: fría fusión cinematográfica. Sin embargo, puesto que eso no ocurre con mucha frecuencia, el destino de Scorsese en la década siguiente es más común; después de que sus proyectos personales fracasaran *(Toro salvaje* y *El rey de la comedia)* o fueran virtualmente irrealizables *(La última tentación de Cristo),* puede decirse que Scorsese adoptó la fórmula «o ... o», el modelo «una para ellos, una para mí». *Jo, qué noche* para él, *El cabo del miedo* para ellos. De vez en cuando le fue bien dando expresión popular a sus preocupaciones personales, como en el caso de *Uno de los*

nuestros, principalmente porque el tema era casualmente un tema comercial: la mafia. Tarantino no creció en Little Italy, pero sus intereses –el crimen, las drogas, la violencia– se parecían. Fue el primer y único director de su generación capaz de trascender la senda Yo/Ellos. En palabras de Hawke: «Lo verdaderamente extraordinario de Quentin es que es fiel a su arte como el que más. Lo que ocurre es que tiene un gusto muy comercial. Si *Pulp Fiction* tuvo semejante éxito fue porque un tipo decidió hacer algo no narrativo, sin un verdadero principio, medio ni final, una película con referencias a Godard, cargándose todas las reglas, pero con personajes con pistolas, con yonquis, algo estimulante, cosa que no consiguen muchas películas de arte y ensayo. A la mayoría de los directores de esas películas no les interesa volarle los sesos a nadie.»

Mientras los Weinstein seguían contando sus beneficios, Hollywood, ahogado en tinta roja, miraba por encima del hombro. *El gran halcón* había hecho perder mucho dinero a Columbia TriStar en 1991, y lo mismo le ocurrió a Universal con *The Last Action Hero* mientras *Waterworld* cabeceaba en el horizonte. Cien millones de dólares era una cifra que a los estudios pronto empezó a sonarles más a presupuesto que a recaudación. La célebre nota de Jeffrey Katzenberg, en la que instaba a Hollywood a que tomase medidas severas para poner freno al aumento de los costes, había circulado en 1991; tal como la entendía John Ptak, de CAA, cuando el año siguiente llevó a Harvey a Disney, la economía de la industria estaba perdiendo cohesión. Cada estudio disponía de unos setecientos cincuenta millones para producción, y cada uno de ellos tenía que lanzar al año unas veinte películas para tener contentos a los exhibidores. Con un coste medio de setenta y cinco millones por largometraje, las cuentas no salían. Cuando *Pulp Fiction,* con su modesto presupuesto, superó la marca de los cien millones –por no mencionar los treinta millones más en ventas de cintas–, llamó la atención de Hollywood; transformó la actitud de la industria respecto de los modestos independientes y generó una multitud de departamentos de esos clásicos que «yo también puedo hacer». Con los sueldos de las estrellas y los costes de copias y publicidad

disparándose, los inteligentes ejecutivos de los estudios no tardaron en tomar conciencia de que las recaudaciones y la cuota de mercado, dos cosas que llamaban la atención de la prensa, no eran lo mismo que los beneficios. Dice Hess: «Fue entonces cuando dijeron: "Mierda, los independientes son un negocio de bajo coste, tienen unos gastos de desarrollo insignificantes" –los gastos que aniquilan a todos los estudios–, "y las películas cuestan calderilla"; por eso les parecieron tan atractivos.» En 1994, la bombilla que se encendió en la mente de Katzenberg dos años antes se había convertido en una bengala, y las chispas las vieron incluso los ejecutivos de los estudios que se habían perdido «la polla de Dil»* porque estaban atendiendo llamadas.

Cuando los estudios se dieron cuenta de que podían explotar las economías de (pequeña) escala, hasta cierto punto dejaron de comprar o rehacer ellos mismos las películas y comenzaron a comprar las distribuidoras, como había hecho Disney con Miramax, o crearon la suya. De repente, los Weinstein tuvieron que enfrentarse a una competencia feroz, y no sólo de viejos y fuertes enemigos como Sony Classics, Goldwyn, October y Fine Line, sino de los nuevos chicos del barrio: Gramercy (de Universal), Fox Searchlight e incluso Paramount Classics. Y, por supuesto, los estudios querían que sus nuevos departamentos de distribución fueran «nuevos Miramax». Como Fine Line, las otras distribuidoras, que se habían vuelto más agresivas –reforzando el personal de compras, extendiendo cheques tamaño Harvey e invirtiendo en producción–, comenzaron a copiar las estrategias de márketing y distribución de Miramax, por no hablar de sus campañas para conseguir Oscars.

Tan grande era el éxito de los Weinstein, que el mundo de la distribución independiente comenzó a rehacerse a imagen de Miramax. En palabras de Ray: «La miramaxización de los independientes se inició cuando Harvey empezó a gastar sus dólares en anuncios televisivos, cosa que a los demás no les hacía ningún favor. Ese gasto ha obligado a marcharse a las auténticas independientes, que ya no pueden competir. Cada vez se compran menos películas, y cada vez menos gente ve las que se compran,

porque sólo reaccionan a las que desfilan delante de ellos de manera agresiva y en términos de publicidad en los medios, y eso es un verdadero disparate.» Añade James Schamus: «Si a tu peliculita no le va bien el primer fin de semana, igual que a la gran película de Hollywood, la eliminan. Por lo tanto, hay que gastar desenfrenadamente, y más de la cuenta, los dólares de márketing en Los Ángeles y en Nueva York, para aumentar las recaudaciones de la semana del estreno. Si eres incapaz de eso, no tienes muchas posibilidades de hacer negocio. De repente se necesitaba una empresa que pudiera manejar esa clase de estrenos, personal suficiente para reservar esas películas, para recoger el dinero de las salas, para supervisar el gran número de copias que se enviaban a todo el país y luego, la mañana siguiente, cuando *Pulp Fiction* baje de cartel, pensar: Veamos, ¿cuál será el próximo éxito? El cine independiente se convirtió en un cine de éxitos, igual que Hollywood.»

Cuando los estudios comenzaron a inclinarse para conquistar, los independientes intentaron –de puntillas– llegar a la mesa de los estudios. Si los estudios querían entrar en el negocio de Miramax, ésta y sus pares querían entrar en el negocio de los estudios. Los independientes cada vez perdían más las características que los habían distinguido en sus comienzos. Si en el pasado los iniciados habían debatido la definición de cine independiente, ahora alzaban las manos al cielo sintiéndose frustrados. La convergencia entre película de estudio y filme independiente dio lugar a una crisis de identidad entre los *indies*. Claro, se habían vuelto más viables, pero ¿seguían siendo independientes? Se acuñó el término «Indiewood» para describir esta nueva realidad. Como otro signo de los tiempos, ese mismo año el Independent Feature Projects se cercioró de que las películas financiadas por estudios –es decir, las películas de Miramax– se clasificaran para sus premios (Independent Spirit), que eran la respuesta del IFP a los premios de la Academia.

Con montones de dinero iguales a los de los estudios para los gastos de márketing, comenzaron a necesitarse estrellas de estudio para proteger la inversión. Como Miramax, los demás también tenían que proteger sus puntos flacos; los Steve Buscemi de este mundo

cedieron su puesto a los Hugh Grant. Por supuesto, los independientes habían reactivado carreras que flaqueaban al menos desde *Drugstore Cowboy*, estrenada cinco años antes, la película que había convertido a Matt Dillon, chico de portada de la revista *Tiger Beat*, en un actor (semi)serio; sin embargo, hasta mediados de los años noventa los independientes se convirtieron en paradas obligatorias en la autopista de la carrera actoral, donde los que se tambaleaban bajo una pila de éxitos de taquilla –Willis o Stallone, que pronto aparecerían en *Copland,* de James Mangold; o Pam Grier, encerrada en el infierno de las películas de clase B, o Robert Forster, que no estaba en ninguna parte– pudieran lavar o resucitar sus currículos. Era ya imposible tener una caravana del tamaño de un vagón de tren, con furgón de cola para las máquinas Cybex, o traer un séquito de entrenadores, niñeras, *chefs* de cocina y a los mejores amigos del instituto –aunque poco a poco eso fue dejando de ser una rareza–, pero era sencillamente algo bueno para la salud, como el zumo de zanahorias, los baños de fango o un mes en un centro de salud Canyon Ranch.

No obstante, tras ver las increíbles recaudaciones de *Pulp Fiction*, las grandes estrellas comenzaron a negarse a rebajar sus cachés para esas películas, lo cual llevó al cine independiente el terror al presupuesto que caracterizaba a los estudios, con las consecuencias que eso conlleva. «Las agencias y los representantes somos absolutamente cómplices: hicimos que eso estallara», dice Robert Newman, de ICM. «Cuando las agencias empezaron a reconocer que eran un buen lugar para sus clientes, de repente los precios empezaron a subir. Una película que habría debido hacerse por dos millones pasó a costar ocho sin ninguna razón que lo justificara. Y una que habría debido costar ocho millones pasó de repente a costar veinte. Y cuando alguien arriesga ocho o veinte millones, se piensa de una manera totalmente distinta respecto de lo que hay que hacer para protegerse. Se está ante un animal muy diferente con tanto dinero en juego.» Los independientes y los estudios se encontraron cada vez más en algún punto situado en el medio, formando lo que Arthur Schlesinger, Jr., en otro contexto, solía llamar «el centro

vital». Sundance y los estudios, con Miramax como comadrona, al final no fueron tan diferentes.

Pulp Fiction se convirtió en *La guerra de las galaxias* de los independientes, disparando las expectativas de lo que una película *indie* podía conseguir en taquilla. Alzando el listón, cambiando las reglas del juego, *Pulp* hizo que Miramax poco a poco dejase de interesarse por las películas cutres y poco comerciales incompatibles con las costosas estrategias de márketing de los estudios, es decir, dejó de interesarse por los clásicos independientes que los directores inconformistas preferían hacer. En palabras de Allison Anders: «Lo más grande fue cuando *Pulp Fiction* tuvo ese primer fin de semana escandalosamente taquillero. Todos lo vimos como algo bueno para Quentin, y supusimos que también lo era para nosotros. Pero, en realidad, esa victoria fue, en cierto modo, el principio del fin para los demás, porque son pocas las películas independientes capaces de competir de la misma manera.»

Los rivales de Miramax también querían su propia *Pulp Fiction.* Dice Geoff Gilmore, director del Festival de Sundance: «Los más importantes quieren capturar presas mucho más grandes. Harvey, Bob Shaye, Amir Malin, todos quieren valer cien millones de dólares. Por eso cambian la agenda. ¿Quieren estrenar una película que recaude cuatro millones limpios? ¿O quieren una que recaude veinte millones? ¿O cincuenta millones?» Prosigue Anders: «Se lanzaron a repetir el éxito de *Pulp Fiction*... Eso se convirtió en un problema para películas que no pertenecían a un género determinado, las centradas en los personajes, las historias lentas sin violencia y sin grandes estrellas. En cierto modo, así se puso fin al sueño que tuvimos a principios de los años noventa.»

Aunque *Pulp Fiction* eclipsó a todas las demás películas que Miramax estrenó ese año, no fue de ninguna manera el único éxito. También destacan *El cuervo*, la trilogía de Krzysztof Kieslowski *(Rojo, Blanco, Azul)* y *Balas sobre Broadway,* la primera de cuatro películas de Woody Allen que Miramax estrenaría en los cuatro años siguientes. El año 1994 fue excelente tanto en lo tocante a los ingresos como al amplio espectro de películas que manejó Miramax; de hecho, fue tan bueno, que hizo que los Weinstein parecieran

genios no sólo para sí mismos, sino también para todos los demás. Como lo expresó Matthew Cohen, vicepresidente de publicidad creativa y uno de los arquitectos de la campaña de *Pulp Fiction*: «En esos días Miramax se creía, parecía y era auténticamente invencible.»

A corto plazo, *Pulp Fiction*, como *El piano* y los otros éxitos de los Weinstein posteriores a la compra de un filme, fortaleció la posición de los hermanos en Disney. Hacer saltar la banca con una película tan escabrosa como la de Tarantino les permitió continuar en la vena a la que ya se habían acostumbrado, comprando películas retorcidas como *Exótica,* de Atom Egoyan, *Criaturas celestiales*, de Peter Jackson, y *Fresh*, de Boaz Yakin, estrenadas todas en 1994. Sin embargo, justo después del estreno neoyorquino de *Pulp Fiction*, Katzenberg dimitió sin previo aviso después de perder la célebre batalla por suceder a Frank Wells por la pérdida del heredero número dos, después de que Wells muriese en un accidente de helicóptero durante un viaje a un centro de esquí. En efecto, la partida de Katzenberg puso fin a la luna de miel –o, más bien, fue una seria pausa de esta luna de miel– que se había basado tanto en su cálida relación con los hermanos como en el éxito de éstos. No es que esa relación fuera un lecho de rosas. «Un día Bob me gritó», recuerda Katzenberg. «Le dije: "Bob, puedes gritarme cuando te venga en gana, pero no te pases. No me amenaces, eso es todo." Una vez que sueltas las palabras, ya no puedes borrarlas.»

Al cabo de unos meses, Katzenberg le pidió a Dick Cook, jefe de márketing y distribución, que se hiciera cargo de Miramax. Cook, un hombre angelical, todo un caballero, de modales suaves y de la vieja escuela Disney pre-Eisner, era exactamente la persona menos indicada para tratar con los Weinstein, que se consideraban iguales a Eisner y no estaban dispuestos a respetar a gente como Cook ni a nadie. Una vez, Cook y Bob Weinstein casi llegaron a las manos. Recuerda Harvey: «Bob entró y se puso a hablarnos mal de Dick.

Dado que debo cuidar de mi hermano, tuve que tomar partido. Me vi en una posición terrible, poco dispuesto a colaborar con Dick, aunque contra mi voluntad. Dick podría habernos sido muy útil pero, para ser totalmente franco, Bob renegó de nosotros dos.»

Puesto que Cook y los hermanos se caían mal, Katzenberg se los pasó a Bill Mechanic, que entonces era el jefe de la división internacional y de vídeo a escala mundial. Mechanic dominaba la contabilidad, tenía formación comercial, pero era una persona de fiar que parecía conocer a los Weinstein de una encarnación anterior. Enseguida tuvo que leerle a Bob la cartilla sobre la manipulación de las cifras de las recaudaciones. Dice Mechanic que Disney pilló a Bob «inflando las cifras, y yo tuve que llamarlo y decirle: "Bob, ahora formas parte de una corporación pública; es un delito federal transmitir información incorrecta, una violación de la SEC. No pienso ir a la cárcel por ti."» Bob lo niega.

Una de las tareas de Mechanic era ayudar a Miramax a que adaptara sus prácticas comerciales al modelo de Disney, lo cual más o menos equivalía a convertir a la Rusia postsoviética en una economía capitalista. Según Mechanic, Miramax no pagaba a sus empleados prestaciones por jubilación. Una vez más, Mechanic protestó: «Tenéis que hacerlo, no tenéis más remedio. Pero no os preocupéis, nadie dura lo suficiente para acumular nada.» En realidad, Mechanic dice: «Nadie duraba ahí más de tres años; eran solamente machacas, por lo cual las cotizaciones no significaban nada.»

Mechanic se marchó en otoño de 1994 para ser presidente y director general de Fox. Lo siguió Katzenberg, y los Weinstein lo reemplazaron por Joe Roth, ex jefe de producción de Fox. Hombre tranquilo y de trato fácil, Roth era el polo opuesto de su rígido predecesor. Se enorgullecía de vestir de manera informal –negarse a llevar corbata era su firma– y gozaba de fama de ser amigo de actores y actrices. Roth admiraba a los Weinstein, al menos al principio. «En la industria del cine, el coste más alto, una vez hecha la película, es el que se destina a la publicidad por televisión, y los Weinstein no lo hacían», dice Roth. «En lo que brillaban era en no salir al campo a gastar veinte millones en anuncios hasta que

supieran que la estrategia iba a funcionar. De las cuarenta y tantas películas que estrenaban al año, probablemente sólo eran tres o cuatro las que lo hacían por todo el país. Por lo tanto, no tenían películas que perdieran treinta o cuarenta millones; los estudios, en cambio, de ésas tienen tres o cuatro por año. Y todos los años tenían algún gran éxito.»

Una de las primeras cosas que hizo Roth después de asumir el puesto de Katzenberg fue volar a Nueva York con Chris McGurk a sentarse a la mesa con los Weinstein. Para los hermanos, Roth era una cifra desconocida. Sospechaban, desconfiaban, buscaban una razón cualquiera para que no les cayese bien. Dificultaba aún más las cosas el hecho de que los hermanos hubieran aspirado al puesto de Katzenberg, que le hubieran preguntado a Eisner si podían hacerse cargo de la división de cine y les dijera que no. Harvey lo niega, pero dice, de manera reveladora: «Hasta el día de hoy sostenemos que, si nos hubieran confiado las películas, habríamos racionalizado los costes y las habríamos hecho más rentables.» Los cuatro hombres almorzaron en el Tribeca Grill, el restaurante del Film Center donde se encontraban los despachos de Miramax. Tratando de ser amable, Roth dijo, ingenuamente: «Creo que tenéis un gran negocio –si lo calculamos todo bien–; podríais ganar cien millones al año.» Bob, siempre ansioso por interpretarlo todo de la peor manera, empezó a gritar: «No te atrevas a presionarnos así. Lo que hacemos ya está bastante bien, no esperes mucho de nosotros.» Roth, muy sereno, se quedó sentado y la dejó pasar. Intentó interrumpir varias veces, hasta que al final dijo: «¿Puedo hablar? Sé que esto no va conmigo, es asunto de Michael y Jeffrey, aunque vais a echarme la culpa a mí. Pero voy a daros más libertad, no pienso microgestionaros. Dentro de dos años vais a decir que no echáis de menos a Jeffrey.» Ahora, sacudiendo la cabeza, dice: «Ése fue mi primer encontronazo con esos tipos. Intentaba ser elogioso, pero Bob se puso hecho una furia.»

Los Weinstein y los ejecutivos de Disney se pasaron el día juntos; terminaron en Elaine's a la una de la mañana. Antes de que Katzenberg se marchara, a los hermanos les habían prometido Hollywood Pictures, la división de producción de Disney que había

estado en apuros. (La llamaban «la esfinge que apesta», por el logotipo.) Ése habría sido un gran paso para los Weinstein, ya que les hubiera permitido pasar a producciones más costosas, pero Eisner ya tenía un candidato para ese puesto, a saber, Michael Lynton, un hombre con poca experiencia en la industria del cine. Se decía que su madre era amiga de la madre de Eisner, que formaba parte de la «mafia de Park Avenue». McGurk le advirtió a Roth de que habría problemas, pero Roth, que aún no entendía muy bien de qué iba la cosa, no le prestó mayor atención: «Tal vez podamos arreglar el trato, darles la oportunidad de producir dos películas por año para Hollywood Pictures y que tengan honorarios de productor y un porcentaje; así se resolverá el problema.» McGurk, mirando el techo, dijo: «Sí, de acuerdo.» Los hermanos, por supuesto, no habían olvidado que les habían prometido esa golosina. En mitad de la comida, Harvey dijo con voz profunda: «¿Y qué hay de Hollywood Pictures?» Roth miró a su alrededor incómodo, como pidiendo ayuda, se aclaró la garganta y contestó: «Ya sé que queríais Hollywood Pictures, pero tengo que deciros que hemos decidido dársela a Michael Lynton. De todos modos, hemos ajustado vuestro trato.» Casi se pudo ver el vapor que comenzaba a salir de las orejas de Harvey mientras se le hinchaba la cabeza hasta que pareció que le iba a explotar, una imagen tomada de *Scanners. Su solo pensamiento podía matar*, de David Cronenberg. Harvey gritó: «¿Estás diciéndome que Michael Eisner y tú pensáis que ese jodido crío puede dirigir Hollywood Pictures mejor que mi hermano y yo? ¿Es eso lo que estás diciéndome?» Roth no supo qué decir. Dando marcha atrás, balbuceó: «No me di cuenta de que estabais tan interesados; tendré que volver a llamaros para hablar de este asunto.» Al volver al St. Regis Hotel en la limusina, con las manos en las rodillas, se volvió hacia McGurk y dijo: «¿Sabes una cosa, Chris? ¡Cuando acepté este maldito trabajo me olvidé totalmente de Harvey y Bob Weinstein!»

Roth tenía la misión de sanear la división de largometrajes de Disney, que estaba en una situación desesperada, pero se encontró con que tenía que apagar incendios que habían iniciado los hermanos. «Si oía que Jim Wiatt y Jeff Berg [jefes de ICM] me

llamaban juntos, sabía enseguida que Harvey los había amenazado con llevarse sus clientes a William Morris o a CAA o algo por el estilo si no conseguían que alguien trabajara gratis. O que los había amenazado con echar a alguien de una película, lo que fuera.» Y añade: «Todos los que trabajaban en el estudio estaban contentos de estar dentro de esa caja. Harvey y Bob siempre querían ir directamente a Michael. Por lo tanto, para mí eran un factor impredecible. Se acercaban y tiraban granadas desde el exterior.»

Roth, que deseaba que los Weinstein se marcharan de una vez por todas, le pidió a McGurk, a quien los hermanos le caían bien, que fuera su guardaespaldas. McGurk rompió una lanza en favor de los Weinstein contra sus detractores, que eran directos y numerosos. «Creativamente hablando, Harvey era de lo mejorcito, y en cuestiones de negocios Bob era tan bueno como el mejor en esta industria», dice McGurk. «En cuanto a su estilo, eran totalmente diferentes de los másters en administración de empresas y de los abogados, la gente que no comprendía lo grandes que eran Bob y Harvey, ni lo que significaba que para ellos todo se redujera a dos cosas: 1) apasionados por hacer cine; 2) apasionados por hacer dinero. Si podías dejar cualquier asunto en una de esas dos cosas, se podía mantener con ellos una conversación sensata, zanjar una cuestión y seguir adelante. Pero si no entendías eso, hablar con ellos era como tratar con Atila y su hermano menor. A veces sentía que, en defensa de los Weinstein, y contra la corporación Disney, se alzaba una voz en el desierto.»

Para Miramax, les ejecutivos de Disney daban la impresión de ser unos arrogantes cuya actitud era: Tenemos que enseñaros cómo se hacen las cosas. Recuerda Foley: «En Disney funcionaba una máquina de la eficiencia que desembocaba en el caos. Su frase más típica: "Esto es lo que deberíais hacer." Cuando nos hacían una auditoría, los enviados de Disney eran realmente los más draconianos, los más maquiavélicos, los burócratas más kafkianos, gente a la que nunca querrías ver en tu vida. Intentaban machacarnos.»

Eisner apoyaba a Harvey, pero dice Roth: «Se parecen lo suficiente para no llevarse bien. Tuvieron algunas peleas de órdago.»

Los Weinstein se presentaron un año en un retiro organizado por la empresa luciendo camisetas de manga corta que decían: «Corporativamente irresponsable», un lema que resumía muy bien su actitud. Prosigue McGurk: «Miramax se creó para ser una empresa autónoma que viviese al margen de las reglas. A los ejecutivos de Disney los Weinstein les parecían una empresa fuera de la ley que se aprovechaba de sus departamentos, y hacían que los ejecutivos quedaran mal porque lo hacían muy bien, y eso era algo que no soportaban.» Añade Roth: «Miramax se comportaba como si Disney fuera una compañía cualquiera; a Cook le parecía que lo obligaban a apoyar a un competidor.» Por ejemplo, Miramax nunca prestó la menor atención a la agenda de estrenos de Disney mientras confeccionaba la suya. «Se preocupaban cuando creían que nosotros teníamos un producto más fuerte», recuerda Roth. «Después llamaban y suplicaban, pedían prestado y robaban con tal de que cambiáramos la agenda.» La actitud de los Weinstein era sencilla. En palabras de Rob Moore, vicepresidente de finanzas de Disney: «Les gustaba la gente que hacía cosas para ellos y odiaban a los que no hacían cosas para ellos. O eras su mejor amigo o soñaban con atropellarte. Para ellos no existía el color gris.»

Casi todos los que trataban con los Weinstein, los burócratas de nivel medio –el personal de ventas extranjeras, salas, televisión extranjera y vídeo– los consideraban casi, casi unos auténticos plastas. Parecía como si el cuñado, como si Roger Clinton se hubiera instalado en la Casa Blanca. No solamente los obligaban a añadir productos de Miramax a los suyos; no les gustaba el producto, tan distinto del de Disney. Sentían que estaba debilitándolos. En el mejor de los casos, era un fastidio, y en el peor, canibalizaba su negocio. Dice un ex ejecutivo de Disney: «Miramax no tenía identidad de marca, el embalaje era un desastre, no se tenían presentes sus películas porque nunca se distribuían en las pequeñas ciudades del interior. Además, al teléfono Bob y Harvey eran unos hijos de puta muy desagradables. Si eres un vendedor de Buena Vista Home Video y tu prima depende de lo que vendes, ¿querrías promocionar *El rey león*? ¿O *El cocinero, el ladrón, su mujer y su amante*? ¡Su negocio

de vídeo parecía un moco seco que no te podías despegar del dedo!»

Disney tenía con Technicolor un acuerdo para la duplicación de vídeos. Con una sexagésima parte del volumen de Disney, Bob negoció mejores condiciones para Miramax; a resultas de ello, Disney pudo renegociar su propio trato y ahorrarse millones de dólares. Eisner consintió en pagarles una bonificación de ocho millones, lo cual provocó aún mayor resentimiento. Como dijo un ex ejecutivo de Disney: «Creí que era una broma. Algunos estábamos consiguiendo que la compañía economizase cientos de millones de dólares por año y no nos daban ninguna bonificación especial. Ese detalle sólo contribuyó a demostrar que Michael, pese a dárselas de duro, les tenía mucho miedo a los Weinstein, le daba miedo perderlos o cabrearlos.»

Otro factor irritante fue que, el mismo año en que Disney compró Miramax, Ted Turner había pagado quinientos cinco millones por New Line, más de siete veces la suma que cobró por la compañía de Weinstein. La discrepancia entre lo cobrado por ellos y lo que se embolsó Shaye volvió locos a los Weinstein. Era como si Shaye se hubiera convertido en multimillonario y ellos sólo hubieran conseguido un empleo, lo cual refuerza la afirmación de John Schmidt en el sentido de que les habría convenido salir a bolsa cuando tuvieron la oportunidad, como hizo New Line en 1986 recaudando 4,5 millones en dinero para producción. Recuerda Moore: «El trato de New Line los sacó de quicio; tuvieron un par de grandes éxitos y dijeron: "No estamos satisfechos con el trato que hicimos al principio."» Añade Roth: «Mientras yo estuve allí estuvieron todo el tiempo renegociando. Con esos tipos un trato nunca está totalmente cerrado.»

Las disputas entre las dos empresas no tardaron en cobrar el aspecto de negociaciones entre israelíes y palestinos, con amenazas yendo y viniendo a toda velocidad en las dos direcciones. Los hermanos le refregaron a la cara DreamWorks: pensaban irse con Katzenberg. Disney dijo: «Pues adelante; ya contrataremos a uno de esos terceros hermanos vuestros, como Scott Greenstein.»

Dice otro ex alto ejecutivo de Disney: «Volvieron loco a McGurk, a

Dick Cook también, y a Roth. Creo que les causaba un inmenso placer morder la mano que les daba de comer. Y siguen haciéndolo. Psicológicamente, eso les hace pensar que todavía son independientes, que no vendieron su empresa a un gran conglomerado de empresas. Pero lo hicieron, cambiaron libertad por dinero. Yo inmediatamente dejé bien claro que no movería un dedo para ayudarlos. Simplemente pensaba que los liantes eran ellos, eran ellos los que no respetaban nada. No entendía qué les veía la gente de fabulosos.»

El año 1995 fue relativamente fuerte en Park City, un desafío a los altibajos del festival. La película más esperada ni siquiera fue a concurso; se proyectó clandestinamente a medianoche en el Egyptian, ante una sala repleta con cuatrocientos espectadores ansiosos. Era *Kids*, de Larry Clark. El público no se sintió defraudado.

Gus Van Sant fue uno de los productores ejecutivos de *Kids*. Había conocido a Larry Clark en San Francisco en 1993, mientras montaba *Even Cowgirls Get the Blues (Ellas también...)*. Van Sant había conocido la obra de Clark a finales de los ochenta, mientras preparaba *Drugstore Cowboy. Tulsa*, de Clark, era una colección de fotografías de chicos de la calle chutándose y quedándose dormidos que un cuarto de siglo antes había sido una especie de Biblia para Scorsese y Paul Schrader, quienes la echaron en el caldero creativo del que surgió *Taxi Driver*. *Teenage Lust* era más de lo mismo. *Kids* iba a ser la primera película de Clark, y Van Sant consintió en producirla. Pero él mismo dice que como productor era pésimo, y después de que el proyecto conociera varios rechazos, perdió el interés y se centró en su nueva película, *Todo por un sueño*.

Poco después, Christine Vachon recibió una llamada de una productora británica. Con un marcado acento *cockney*, la mujer le dijo: «Se trata de un chico muy legal, Harmony Korine, tiene dieciocho o diecinueve años y ha escrito este guión, y este fotógrafo quiere dirigir la película.» Procedió a describirle la película, un

escabroso paseo por el lado salvaje de Larry Clark Street, un crudo retrato de adolescentes ciegos de droga y alcohol. Como sonámbulos, atraviesan errantes un largo y caluroso día de verano en una Nueva York asolada por el sida, haciendo caso omiso de los peligros de la infección. Los chicos están obsesionados por desflorar «nenitas», cuanto más jóvenes, mejor. En palabras de Clark: «Su idea del sexo seguro era hacerlo con vírgenes.» Telly, conocido por sus amiguetes como «el cirujano de las vírgenes», se lo monta con una chica de trece años. Aparte de eso, los chicos se divierten bebiendo whisky de botellas envueltas en bolsas de papel marrón, meando en la calle, espantando a los gatos a patadas y robando. Todo esto sonaba a material hecho a medida para Vachon, quien, de hecho, quedó intrigada. Su padre había sido fotógrafo, por lo que no necesitaba que le presentaran la obra de Clark.

En mayo de 1993, justo después de que Miramax vendiera, el guión llegó a manos de Larry Tusk, que lo hizo circular por la nueva división Disney. El consenso era: Es nuestra clase de película, el coste está bien; vayamos por ella. Más o menos en esa época el guión de Korine había llegado, por intermedio de un amigo, hasta Cathy Konrad, una mujer atractiva, enjuta y nervuda, con una actitud directa y seria, que entonces llevaba Woods Entertainment, la productora de Cary Woods. Recuerda Konrad: «Mi amigo dijo: "Es un guión tan inquietante, tan sucio... ¡Por Dios, ni siquiera pude terminarlo! Se me ponía la carne de gallina. Me horrorizó, pero a ti te encantará, este chico tiene talento." Lo leí y me pareció increíble, crudo, fascinante; nunca había leído nada igual.»

Woods y Konrad también pensaron que podían hacerla con los Weinstein. Recuerda Konrad: «Todo el mundo decía que Miramax era el lugar en el que había que estar, porque se arriesgaba con material y con directores primerizos. En aquel entonces nadie lo hacía. De repente se abrieron oportunidades, los directores ya no necesitaban hipotecar la casa de los padres para hacer una película.»

Recuerda Clark: «Miramax iba a darnos dinero para hacer *Kids*. Harvey me rodeó con el brazo y me dijo: "Tú eres mi próximo director, mi próxima estrella. Vamos a hacer esta película." Iba a darnos un millón de dólares. Pero luego se retiraron totalmente, sin

más. Fue un día sí y al día siguiente, bum, fuera. Lo que ocurrió fue que acababan de hacer su trato con Disney; tenían miedo.» Gladstein llamó a Vachon y le dijo: «Si hubiera dependido de mí, la habríamos hecho. Pero estaban Harvey y Bob.» Vachon pensó: Me van a dejar plantada. Es por el guión, es demasiado arriesgado, dañaría la imagen de Miramax, quieren evitar esta clase de películas. Llamó a Clark y le dijo: «Mira, yo sigo queriendo hacerla, pero me falta dónde. No soy una empresa, soy un particular y tengo que ir a Los Ángeles a hacer *Safe* para Todd Haynes.» Unas semanas más tarde, Clark la llamó: «Creo que he encontrado al que va a darnos el dinero. Es Cary Woods. ¿Te parece bien?» Vachon contestó: «Bueno, si puedes conseguir el dinero, tendrías que hacerla, ¿verdad?»

Woods había encontrado a dos aspirantes a capitalistas de riesgo, de veinticuatro años, uno con diez millones de su padre para hacer el tonto; por supuesto, los dos ardían de deseos de gastarlos en películas. Woods había intentado usar ese dinero para hacer *The Devil Inside*, de Alexander Payne, más tarde rebautizada *Citizen Ruth*, pero cuando tropezó con *Kids* cambió de opinión y le dijo a Payne que pensaba usarlo para hacer esa película, pero que no se preocupara: también encontraría una manera de financiar la suya. (Woods dice que el guión de Payne no estaba terminado y el de *Kids* sí.) *Kids* se puso en marcha en el verano de 1994; Woods y Vachon compartieron los créditos de producción con otras seis personas.

Clark insistió en que el reparto se formara con actores no profesionales, y así se hizo, con la excepción de Chloë Sevigny. El rodaje, que tuvo lugar en el verano de 1994, fue, según Vachon, una pesadilla. A menudo, cuando esto ocurre, son las estrellas las temperamentales. En este plató, la inestabilidad estaba detrás de la cámara. Según Vachon, Clark era un director inexperto y paranoico, convencido de que querían robarle la película. Clark pensaba que nadie sabía «qué coño estaba haciendo», dice la productora. Buscaba una razón para odiar a alguien, y siempre la encontraba; siempre exigía que despidieran a la bestia negra de turno –con mayor frecuencia, una mujer, pues Clark parecía entenderse mejor con los hombres–. Dice el director: «Ella estaba acostumbrada a guiar a directores primerizos en sus proyectos. El primer día de la

filmación se me acercó y me hizo algunas sugerencias. Yo le dije: "Muchas gracias, pero no quiero oírlas; no necesito ayuda ni comentarios ni nada." Todo el mundo me miraba y decía: "Este tipo no sabe lo que hace. Está demasiado cerca, no hace tomas largas ni un gran angular." Pero yo pensaba: Por eso precisamente todas nuestras putas películas se parecen. Como hechas todas con el mismo molde. Dejadme en paz, quiero hacer *mi* película. Después de eso, Christine me dejó tranquilo y me ayudó. Se preocupaba porque tuviera todo lo que necesitaba. Yo la adoraba.»

Ya corrían muchos rumores sobre *Kids*; Woods se la enseñó a Harvey cuando terminó el rodaje. Sabía que seguramente saldría calificada NC-17 y que Miramax era la única distribuidora del mundo que tendría agallas para estrenarla. Pero también sabía que Harvey podía tener las manos atadas por Disney. Miramax ya había rechazado el guión una vez. Woods pensó: Si Michael Eisner la ve, se habrá acabado todo. Woods se la pasó a Harvey un mediodía en Todd-AO, en Midtown, una calle que da a la Novena Avenida. Weinstein exclamó: «Vaya, enhorabuena. Ésta sí que es una película. ¿Qué piensas hacer con *Kids?*»

«Nos la han aceptado en Sundance; estaba pensado en ir y ver qué pasa. Aceptar ofertas.»

«Muy bien. ¿Y yo? ¿Y nosotros?»

«Mira, Harvey, ¿quieres que te hable como amigo?» Woods era demasiado íntimo de Harvey y sabía qué cuerdas tenía que tocar. «Como amigo, te digo esto: Eres parte de la familia Disney, las cosas te van estupendamente, eres demasiado rico para... ¿para qué necesitas este dolor de cabeza? Por otra parte, la que estrene esta película, sea quien sea, será la nueva Miramax.» Woods había pronunciado las palabras mágicas, mejor que «Goldwyn está interesado» o «Fine Line ya ha hecho una oferta». Harvey no estaba dispuesto a que ninguna otra distribuidora se convirtiese en la «nueva Miramax». Y dijo: «Te espero en mi despacho a las tres.» Woods se presentó a la hora fijada y Harvey compró los derechos mundiales por 3,5 millones.

En otras palabras, Harvey era esquizofrénico. Por un lado, comprendía la sensibilidad de Disney ante proyectos como *Kids* y no

quiso que fuera una producción propia, pero luego cambió de idea y la compró. Dice Lechner: «Harvey el encargado de las compras y Harvey el productor eran dos criaturas muy diferentes. Él nunca habría hecho *El cocinero, el ladrón, su mujer y su amante*, pero era capaz de reconocerla por lo que era.» Lo mismo puede decirse de *Kids*; nunca la hubiera producido, pero estaba más que dispuesto a comprarla.

En el festival de 1995 no sólo se proyectó *Kids* a medianoche, sino también *Safe*, de Haynes, a concurso, junto con *Sospechosos habituales*, de Bryan Singer; *Vivir rodando*, de Tom DiCillo; *Maldita generación,* de Gregg Araki, y *Una insólita aventura*, la película de Mike Newell sobre el incesto. *Los hermanos McMullen* ganó el Gran Premio del Jurado en la categoría película dramática. La compró Fox Searchlight y llegó a ser un considerable éxito del cine independiente, recaudando diez millones de dólares. Pero era blanda y sentimental y fue muy criticada. Dice Kevin Smith: *«Los hermanos McMullen*, de Ed Burns, fue el principio del fin. Era una película que podría haber hecho perfectamente un estudio. Es fuerte como un helado de vainilla, faltaba la marca de la casa. Todo el mundo quería tener unos *Hermanos McMullen*, porque todos aspiraban a esa película barata pero blandengue que por alguna puta razón le toca la fibra al jodido espectador medio que va a los multicines y aun así puede seguir definiéndose como independiente. Hasta Harvey invitó a Burns a hacer una película en Miramax. Me dejó abatido un año entero.»

La puerta giratoria que a finales de los años ochenta y principios de los noventa escupía a los empleados de Sundance a toda velocidad había ido aminorando la marcha, al menos de momento. El instituto se apoyaba, como un taburete de tres patas, en Gilmore, Michelle Satter y Nicole Guillemet, gerente general. Con todo, los viejos problemas aún coleaban. Como dice Cathy Schulman: «Era un lugar disfuncional. Dado que nadie ganaba un centavo, la gente luchaba por el poder y por acceder a Redford. Había mucha competencia entre Gilmore, Beer y Guillemet por la confianza de Redford, se peleaban por quién iba a almorzar con él.» Con algunas excepciones, Redford era conocido por darle a la gente una de cal y

otra de arena, y la composición de su círculo más próximo –entre los que figuraban un puñado de *groupies* desvergonzadas y unos cuantos aduladoresfluctuaba de manera crónica según quién lo fascinara en un momento dado. Los bromistas de Sundance los llamaban «los soplones de Bob». Dice Sterling Van Wagenen: «Bob ve las cosas en blanco o negro. Podía echar a alguien si consideraba que por alguna razón no compartía su misteriosa concepción de Sundance. No era sencillo plantarle cara y decir: "En esto te equivocas." O estás con él o te quedas fuera, y si te quedas fuera, no esperes que te inviten a la fiesta del décimo ni del vigésimo aniversario ni que una especie de memoria institucional reconozca lo que has aportado. Una vez que estás al otro lado de esa valla, es imposible regresar.» Con muy pocas excepciones, la gente a la que le va mejor en Sundance, y la que dura más tiempo, es la que se abstiene de seguirle el juego a Bob, personas bendecidas con egos lo bastante modestos para quedar satisfechos deleitándose en el reflejo de su brillo, sin aspirar a brillar por sí mismas.

Pese a la desacostumbrada estabilidad que disfrutó el festival durante media década, Redford no había cambiado mucho. Seguía siendo el típico pasivo-agresivo, y evitaba tanto los conflictos que era casi imposible saber si algo le gustaba o no, y, en caso de que no le gustara, era difícil evaluar hasta qué punto no le gustaba. Era invariablemente cortés, prologaba siempre sus comentarios con alguna frase elogiosa y, fueran cuales fuesen las críticas que a continuación expresaba, lo hacía en una voz tan dulce que alguien podía llegar a marcharse pensando que le había encantado su trabajo cuando, en realidad, no le había gustado nada. Decía «Me gusta la idea, pero tengo una pregunta», frunciendo el ceño, pasando los dedos por sus revueltos rizos cobrizos y añadiendo: «Miremos esto en profundidad.» O: «Tenemos que pasar un tiempo juntos.» O: «Esto podemos tratarlo más adelante», dejando siempre a la gente con la maravillosa esperanza de futuros encuentros. Pero ese «más adelante» nunca llegaba y las decisiones se aplazaban, los esfuerzos por ponerse en contacto con él fracasaban porque siempre estaba en otra parte, filmando, o preocupado, o sencillamente inaccesible, punto, sin dar ninguna razón. Y cuando realmente

trataba algo «más adelante», lo hacía a menudo reemplazando a la persona responsable del trabajo que pudo o no pudo gustarle. Redford, con su «Boblengua» transmitía a las personas que trabajaban con él la sensación de que pisaban arenas movedizas.

La estrella se dejaba ver muy raras veces y, cuando lo hacía, pronunciaba un par de misteriosos discursos y luego se esfumaba, dejando que el personal se devanara los sesos descifrando el poso del café. Dice un ex ejecutivo de Sundance: «Desaparecía seis o nueve meses cuando tenía un rodaje, nos dejaba tendidos al sol para que nos secáramos. Y si en el ínterin eras demasiado independiente porque pensabas que eso era lo que se necesitaba, cuando regresaba era problemático para él.» Redford parecía un marido que desaparece con frecuencia en prolongados viajes de negocios, dejando el cuidado de la casa y de la familia en manos de la mujer. Si, en su ausencia, ella tomaba una decisión –si cambiaba de lugar su sillón favorito o compraba una alfombra nueva–, el marido, cuando volvía, pedía el divorcio.

Redford estaba tan suspicaz como de costumbre, más tal vez, porque los lazos familiares le habían fallado –nunca perdonó a Van Wagenen por tratar de utilizarlo en su favor–, y fue rodeándose cada vez más de gente con una fuerte fe religiosa, el gran peligro, quizá, de vivir en Utah. Uno de sus socios de muchos años, el abogado Reg Gibson, es hijo de un misionero; a mediados de los años noventa Redford contrató a un pintoresco y muy exitoso ejecutivo de publicidad llamado Gordon Bowen como director «creativo» del Sundance Group. Bowen era famoso por los anuncios blandengues que tocaban las fibras sensibles. Sabía escuchar a Redford, y también articular la visión del jefe pero, en opinión de algunos, simplemente agrandaba el problema, lo que significa que era todo visión y nada de ejecución. Bowen mataba a la gente dándole ánimos, y luego, como Redford, desaparecía, se marchaba en mitad de una reunión en Nueva York, cogía un taxi al aeropuerto y volvía a Salt Lake City, donde vivía.

En otras palabras, cuanto más cambiaban las cosas, más iguales se quedaban. El Festival de Gilmore y los talleres de Satter prosperaban, pero Redford se quejaba amargamente del folleto

informativo, del centro turístico y los demás «entes». Parte de ello puede calificarse meramente de quejas, porque le encantaba quejarse. «No importa quién seas en la órbita de Bob; siempre se quejará de ti», señala Van Wagenen. «Para sentirse cómodo con la gente, tiene que averiguar dónde están sus limitaciones, por eso sometía a todo el mundo implacablemente a examen. Bob analiza constantemente qué hace la gente y por qué lo hace, cuáles son sus puntos fuertes y sus puntos débiles. Es talento de actor analizar el personaje que interpreta. Al cabo de un rato piensas: Déjalo correr, únete a la gente, apoya sus capacidades y estate atento a sus puntos débiles.» En palabras de un ex empleado de Sundance: «Bob es casi genéticamente imposible de satisfacer. En primer lugar, no está satisfecho consigo mismo. Y lo dice. Es muy autocrítico, es triste. Cree que es soso, pedante y aburrido. Tiene un complejo de inferioridad respecto de su propia inteligencia.» Pero, a pesar de ello, seguía habiendo problemas reales: pronto volverían a aflorar las viejas preguntas acerca de la salud de las finanzas de Sundance.

Cuando a comienzos de 1995 llegó la hora de los premios, Tarantino barrió con todo. Salió ganador con los críticos de cine de Los Ángeles y con la National Society de Film Critics. Sin embargo, esos ramos de rosas no estaban totalmente desprovistos de espinas. Cuando ganó el Globo de Oro al mejor guión, olvidó mencionar y darle las gracias a Avary, que ya estaba furioso con él por los créditos y porque Tarantino se había apropiado, sin decírselo, de su cameo en *Top Gun* para una aparición especial que hizo en una película titulada *Duerme conmigo*. Cuando Tarantino pasó junto a la mesa de su amigo, la esposa de Avary lo interceptó y le gritó: «¡Vete a la mierda!» Dice Avary: «Quentin podría haber aprendido un poco de humildad, pero la humildad es algo difícil de conseguir cuando todo el mundo te dice que eres el Segundo Advenimiento.»

El 14 de febrero de 1995, cuando se anunciaron las nominaciones a los Oscar, Miramax obtuvo la asombrosa cantidad de veintidós,

más del doble que el año anterior. La mayor parte del éxito se puede atribuir a *Pulp Fiction,* que tuvo siete nominaciones, incluidas la mejor película y el mejor actor, y parte también a la incorporación de Mark Gill y Marcy Granata. *Balas sobre Broadway* también obtuvo siete nominaciones; *Criaturas celestiales*, de Peter Jackson, una. El resto se repartió entre varias películas. Frente a una feroz competencia, encabezada por *Forrest Gump*, Weinstein entonó la canción del pobrecito: «Siempre tengo que luchar contra el enorme sistema de Hollywood; esta vez no veo ninguna diferencia», se quejó en esos días. «Fijaos en Bob Zemeckis y Tom Hanks, los dos podrían ser alcaldes de Beverly Hills.»

El 27 de marzo, la gran noche, *Forrest Gump* desbancó a *Pulp Fiction*, demostrando así que la Academia no había captado el chiste. Miramax ganó sólo dos estatuillas, una para Dianne Wiest, mejor actriz de reparto, y otra al mejor guión original, que Tarantino compartió con Avary. Después de que el director, luciendo una estrecha corbata negra estilo *Reservoir Dogs*, hiciera sus comentarios, Avary, que no estaba acostumbrado a ganar nada, dio las gracias a su mujer y dijo: «Y la verdad es que ahora tengo que ir a mear. Gracias.»

A Tarantino no le hizo gracia la plancha de Avary. «Lo que me importaba era que, después de darle las gracias a su mujer, me las diera también a mí. Entonces todo lo ocurrido sería agua pasada, habría dicho todo lo que siempre quise decir, lo que habría tenido que decirse en un momento agradable», dice Tarantino. «Subió al escenario, le dio las gracias a su mujer y dijo: "Tengo que ir al baño." Yo dije: "Muy bien." No esperaba menos. Intentaba cuidar de Roger, que, al final, me hizo sentir un imbécil. Porque sabía que yo era mejor amigo de él que él mío. Si mi madre nunca hubiera conocido a mi padre, ahora Roger estaría trabajando en una agencia de publicidad. Si yo nunca hubiera existido, Roger nunca habría dirigido ni un solo metro de película, nunca. Y si yo no hubiera escrito *Pulp Fiction*, nunca habría ganado un Oscar.»

En la pubertad, Steven Soderbergh fue un fenómeno de la Little League, un lanzador con un récord 7/0, un no-bateador y un .450 de promedio de bateo. Soñaba con llegar a jugar en algún equipo de los grandes, hasta que un día despertó y ese sueño se desvaneció. No podía lanzar ni batear. Los dioses del béisbol lo habían abandonado. Diecinueve años más tarde, tuvo una impresión de *déjà vu*. El precoz director de la más cotizada película independiente de 1989 había tenido dos fracasos seguidos e iba camino del tercero. De pronto, todos los que habían buscado el próximo Soderbergh esperaban el próximo Tarantino, y al parecer ni siquiera él fue inmune a este virus. En 1994 Soderbergh había hecho su propia película con robo a mano armada, *The Underneath*. Él mismo había escrito el guión, y trabajó con una de las estrellas de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, Peter Gallagher, pero no le gustó nada el resultado y se odió a sí mismo. «Estar en un plató a los treinta y un años y preguntarte si quieres o no quieres hacer lo que haces, sin tener otras capacidades reales, es algo espantoso, deprimente», dijo; y añadió: «Estaba aburrido, estaba vacío. Me había quedado sin gasolina. Pensaba que si tenía que filmar otra toma cámara al hombro, me pegaría un tiro.»

The Underneath siguió a *Kafka* y a *El rey de la colina*, en silencio, en la oscuridad de la noche. No solamente se iba al traste la carrera de Soderbergh; por si fuera poco, sus cinco años de matrimonio con Betsy Brantley terminaron en octubre de 1994. El director se había acostumbrado a dejar aparcada a Brantley, junto con su hija pequeña, en la granja de Charlottesville mientras él partía para climas distantes, a veces lugares de rodaje, a veces no. Según Soderbergh: «El problema de mi matrimonio era que yo no lograba asumir hasta qué punto había asimilado lo que había visto al crecer y luego procedido a recrear.» Brantley recordó: «Hubo un momento en que le dije: "Eres dos personas diferentes. Tienes el lado profesional, seguro de ti mismo, pero en lo personal eres el hombre más inseguro que he conocido en mi vida." Me miró y dijo: "¿Y ahora te das cuenta?"»

Sin embargo, ahora también el lado profesional de Soderbergh comenzaba a trastornarse. No había tenido problema en conseguir

trabajo. «La gente seguía pensando que podía volver a conseguirlo», recuerda el director. «Y me siento muy cómodo defraudando a la gente. Para mí es un lugar realmente cómodo. Pero de pronto sentí que se me acababa el tiempo. Lo que me preocupaba era si iba a seguir donde estaba y tener una carrera que sería una especie de nota al pie de página. Me di cuenta de que tenía el problema del miedo al éxito y de que tenía que hacerle frente. Me sentía perdido, no sabía qué hacer.» Tras una pausa, añade: «En realidad, sí sabía qué hacer: volver a empezar, literalmente, recrear las circunstancias en las que había hecho mis primeros cortos, unas películas que tenían una energía propia de Richard Lester. ¿Qué coño pasó con todo eso? *The Underneath* es muy cerrada, es un sonámbulo. ¿Cómo llegué a ser un formalista? Yo no empecé así.»

Soderbergh recordó cómo perdió fuerza, su capacidad de llegar a la base en el momento oportuno y todo lo demás. Pensaba: ¿Es eso lo que está pasando? ¿He perdido la pelota? Y decidió que no, que simplemente se había desviado del camino; la terapia de retorno a lo básico que se recetó a sí mismo incluía el regreso a Baton Rouge, el lugar en el que había filmado *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*. Llamó a Rick Linklater, en Austin, y le dijo: «¿Conoces a alguien que esté cuerdo?»

«Sí, por aquí hay algunos.»

«¿Tienen su propio equipo?»

«Sí...»

«¿Crees que estarían dispuestos a trabajar gratis?»

«Steven, he recibido una llamada de unos estudiantes de posgrado. ¡Nunca me había llamado el ganador de una Palma de Oro ni un nominado a los Oscar! ¿Qué demonios estás haciendo ahí?» Con equipo usado, cinco personas y un presupuesto de trescientos cincuenta mil dólares, Soderbegh se puso a deconstruir su propia vida en una fantasía autobiográfica a veces divertida y a veces autopunitiva, algo sin precedentes en la obra de un director importante. La tituló *Schizopolis*.

El director admiraba a Lester no sólo por su energía, sino también «por su eclecticismo, el registro de *Qué noche la de aquel día, Petulia, El enigma se llama Juggernaut, Robin y Marian...* Creo que

eso es lo que uno hace si no es Fellini.» Pero Lester tenía un estilo personal, especialmente en sus primeras películas, y Soderbergh quiso hacer una película de Lester. *Schizopolis* lo presenta en dos papeles, a él y también a su ex mujer y a su hija. Era una especie de *Rashomon* del cine independiente. Trata su tema (él mismo) con ingenio mordaz, pero sus preocupaciones son serias, aunque abstractas y hueras como en una película estudiantil: la imposibilidad de conocer a los demás, la imposibilidad de las relaciones, la futilidad de la comunicación. La película está repleta de fragmentos de su historia personal, incluido el matrimonio, y de dardos satíricos dirigidos a una variedad de blancos contemporáneos. En una secuencia alucinante, uno de sus *doppelgangers* se masturba en un servicio de caballeros, como si quisiera decir que Soderbergh había desperdiciado un tiempo precioso, si no fluidos corporales, haciéndose pajas.

Recién salido de un doloroso divorcio –«¡Fue lo peor que sentí en mi vida!»– y dirigiendo a su ex mujer, el ambiente en el plató fue bastante tempestuoso. «Peleábamos como perro y gato», recordó Brantley. «Fue la única vez que lo tuve atrapado en un lugar del que no podía salir, del que no podía marcharse. Era el director.» Ahora, al recordarlo, Soderbergh dice: «¿De qué iba todo eso? ¿Qué puede obsesionarnos tanto para crear una situación en la que representas variaciones satíricas y surrealistas de un matrimonio que ya no existe?» Y prosigue: «Estaba tan cerrado en mi propia mierda que no miraba por la ventana. Simplemente me pasaba los días en casa, con las persianas bajadas, la música puesta, sin responder al teléfono. *Schizopolis* trataba de hacer volar esa casa, de hacerla saltar por los aires para colocarme yo en una posición a la que ya no podía regresar.» Y añade: «Creo que quería sentirme mal. Quería que fuese difícil. Quería estar en una situación en la que no pudiera controlar nada.»

Weinstein le ofreció un millón de dólares por *Schizopolis*, con los ojos cerrados. Soderbergh lo disuadió: «Harvey, gracias, me halaga, pero no estás obligado a comprarla antes de verla.» Cuando el copresidente de Miramax vio la película, llamó a Soderbergh y le

dijo: «Gracias. Aprecio de verdad tu gesto.» Reflexiona Soderbergh ahora: «Habría sido un desastre para los dos.»

David O. Russell era un director que Harvey quería tener en su redil, por lo que el copresidente de Miramax atacó con fuerza para conseguir su próxima película, *Flirteando con el desastre*. Recuerda el director: «Dijo algo así como: "Éste es el trato. Piénsatelo, tienes una hora. Después, considéralo nulo." Y desapareció de la mesa.» Russell aprovechó la oportunidad. Corría el verano de 1994; poco después de recibir esa llamada, él y su esposa, Janet Grillo, se encontraron en Martha's Vineyard, donde vivían los padres de Eve. Su abogado le dijo: «Vas a conocer a Weinstein; firma.» En la infancia, Russell había pasado todos los veranos en Vineyard. Prosigue: «Fui al East Chop o al West Chop, una parte de la isla en la que no había estado nunca, una urbanización vallada, central de los blancos, anglosajones y protestantes. Me encontré con Harvey en el club de tenis. Todo el mundo llevaba zapatillas blancas excepto él, que estaba sentado en el porche con una camiseta azul y unos shorts azules demasiado ajustados, con su barrigota, los huevos colgando y sus macizas y peludas piernas de judío. Pensé que iba a sentirme muy incómodo en ese lugar, pero allí estaba él, plantado, en el lugar más conspicuo de Martha's Vineyard. Todo el mundo lo rodeaba, todos los pijos; le decían: «Hola, Harvey.» Él les había dado, digamos, el «terreno de juegos de Harvey Weinstein», y entonces me di cuenta de que era un tipo con dos cojones, el único judío en todo el lugar, sentado ahí como si fuera el alcalde.»

Russell intentaba alejarse lo más posible de la oscuridad de *Spanking the Monkey*. «Para mí, ese asunto del incesto era realmente repugnante», dice. «No quería ser eso. Y decidí que quería hacer una comedia.» Lo poco probable era que pudiese darle forma a partir de un material nada divertido, la historia de un joven adoptado que buscaba a sus padres biológicos. Le costó lo suyo atraer la atención de Harvey. «Después de cerrar el trato fue cuando lo vi más agitado, cuando aún tenía en la nariz el olor de la batalla», recuerda. «Después pierde el interés. Pasa a la siguiente carnicería. Ni siquiera pude tomar un café con él.» El director quería tener en el reparto a Janeane Garofalo y tenía que llegar a un acuerdo cuanto

antes o, de lo contrario, la actriz aceptaría otra película. Garofalo era una actriz, no una estrella. A ojos de Harvey, tenía el *glamour* de un bol de copos de avena. Russell le dijo a Harvey: «Será mejor que nos demos prisa, no quiero perderla.» Harvey abrió la puerta de la sala de reuniones de Miramax y gritó por el pasillo: «¡Bob, vende la empresa! ¡No podemos conseguir a Janeane Garofalo!» Luego se volvió hacia el director y dijo: «Me importa una mierda que no podamos conseguir a Garofalo.» Y se marchó. Harvey quería a John Cusack para el papel protagonista. «Ya lo verás; déjame llamar a Cusack, voy a despertarlo.» Cusack estaba en Los Ángeles, donde eran las seis de la mañana. Cuando el actor contestó el teléfono, le dijo: «John, soy Harvey Weinstein, estoy con David O. Russell. ¿Has visto *Spanking the Monkey?*»

«No, pero quiero verla.»

«Quiero que la veas y que conozcas a este chico.» Dice Russell: «Por supuesto, eso no dio ningún resultado. Quería que Cusack trabajara en la película, pero también lo despertó para demostrar que era capaz de hacerlo.» A Russell le gustaba el look de *Mi Idaho privado* y llamó por teléfono a Harvey para decirle: «Para *Flirteando con el desastre* quiero a Eric Edwards, el chico de Gus Van Sant.»

«¿Qué problema hay? Me gustan las películas de Van Sant. Me estás deprimiendo, Russell; eres un maníaco-depresivo. ¡Detesto hablar contigo!»

«¿Por qué me hablas así?»

«Porque eres deprimente», dijo Harvey, y colgó. Si Russell no estaba deprimido antes de hablar con Harvey, ahora sí lo estaba. Más tarde, por supuesto, Harvey se disculpó.

A partir del guión, Russell reclutó a un reparto excepcional en el que figuraban Ben Stiller, Patricia Arquette, Téa Leoni, Lily Tomlin y Mary Tyler Moore, entre otros. La película se rodó con un presupuesto muy reducido. Los actores tenían caravanas, pero Russell no, para ahorrar dinero. Tenía que pedir que le dejaran usar el lavabo. Hubo, por supuesto, las exigencias de costumbre. En la primera escena, en la que Arquette se desviste, le pidieron a Russell que no olvidara hacer algunas tomas de los pechos.

Cuando terminó el rodaje, Miramax probó la película en Ridgefield,

Nueva Jersey. Recuerda el director: «Esa proyección fue una experiencia espantosa. A la película le fue moderadamente bien, tuvo una puntuación cercana a los setenta o setenta y cinco, pero en algunas pruebas le pusieron un cincuenta y así me di cuenta de lo subjetivo que puede ser el público. Lo demencial es que ni siquiera es ése el público que decidirá ir a ver mi película.» Harvey pensaba que podía mejorar la puntuación de *Flirteando con el desastre* si eliminaba algunas codas, tomas cortas bajo los créditos del final. En una se veía a dos gays en la cama; en otra, a Leoni, preñada, fumando y bebiendo. Dice Russell: «Estaba totalmente decidido, no le importaban nada las consecuencias. Pensaba que esas tomas impedirían que la película fuese un éxito. Yo no estaba en absoluto de acuerdo.» El director pensaba: Es una actitud cobarde. Russell sabía que tenía el montaje definitivo y de ninguna manera pensaba quitar las codas. En voz bien alta, le dijo: «La película ya está terminada. Te puede haber gustado o no.» Harvey replicó: «Mira, David, estuve con... –y soltó el nombre de un director– y tenía muchas ganas de trabajar conmigo; por lo tanto, con más pasión aún me dedicaré a comercializar su película. Pero no pondré la misma pasión en la tuya porque no estás dispuesto a colaborar conmigo.» Recuerda Russell: «Lo dijo justo la víspera del estreno, fue una amenaza, lo que me dijo era que no pensaba apoyar mi película. Y le dije que se fuera a tomar por culo.»

Miramax esperaba que *Flirteando con el desastre* recaudase treinta millones o más, pero se estancó en 14,7 millones. Después, Harvey se quitó de encima a Russell: «Lo que me enferma de Miramax es que a Harvey no le interesan las relaciones, sólo le interesa conseguirte cuando te necesita y ponerte a hacer lo que él quiere que hagas. Después pasa al siguiente.»

La película de Russell fue un simulacro. Harvey aún estaba sólo «flirteando con el desastre», literalmente. Los verdaderos desastres aún tenían que llegar: como *Kate & Leopold*, la película que propuso Cathy Konrad, con Sandra *(Speed)* Bullock adosada. Bullock no era una Meryl Streep, pero sí muy taquillera. Aunque era un guión con problemas –escrito por un compañero de estudios de Bullock–, al parecer Harvey quedó cegado por el resplandor del estrellato de

Bullock. Recuerda Konrad: «Harvey se moría por hacer películas que pudieran competir con las de los estudios. Y dijo: "Ésta va a ser mi gran película comercial." Quería probar cómo era eso.» Pero no quería soltar en la fase de desarrollo fajos de dólares como los que soltaban los estudios. Cuando los costes se aproximaron a los dos millones, después de un caro trabajo de reescritura del guión, Bullock abandonó. Harvey se negó a poner más dinero y el proyecto se estancó.

Entretanto, durante la primavera de 1995, la controversia que generó *Kids* agitó las aguas en los despachos de Tribeca en el preciso momento en que la empresa y su padre, Disney, estaban liados en una desagradable pelea con William A. Donohue, presidente de la Liga Católica, por una película llamada *Priest (Sacerdote)*, dirigida por Antonia Bird, que Miramax había comprado en Toronto, en septiembre de 1994, por 1,75 millones. A *Priest* la habían ovacionado de pie en Sundance unas semanas antes, y había ganado el premio Michael Powell a la mejor película británica en el Festival de Cine de Edimburgo. Ambientada en Liverpool, *Priest* cuenta la tormentosa historia de un sacerdote perseguido por la Iglesia católica por homosexual. De la Iglesia se ofrece un retrato rígido que la presenta como estrecha de miras e hipócrita. Y aunque no puede decirse que la película sea gráfica, contiene un par de escenas en que el sacerdote hace el amor con un hombre, manejadas por Bird con tacto y delicadeza. *Priest* es el polo opuesto de una película puramente comercial, pero la Liga Católica, perro guardián conservador que siempre buscaba una manera de mejorar su perfil, tenía ganas de pelea, y Disney era un blanco perfecto.

El instinto de Harvey lo llevó, como había hecho con *Dogma*, a lanzarse directo a la yugular y estrenarla en Viernes Santo. Fue como pinchar a Donohue con una picana. La Liga pidió a sus bases que bloquearan con quejas las líneas telefónicas del estudio y que boicotearan los productos Disney. O'Connor, cardenal de Nueva York, denunció la película, sin haberla visto, por «brutal y anticatólica». (Hoy, por supuesto, a la luz de los escándalos de pedofilia en el seno de la Iglesia, este calificativo suena tristemente moderado.) Disney ya había capeado antes esta clase de temporales, pero nadie había

anticipado la virulencia de éste. «Fue abrumadora la cantidad de llamadas que recibieron, los faxes, las cartas, las amenazas de muerte», dice David Linde, ex ejecutivo de Miramax. «Los de prensa se volvieron locos. A *Un abril encantado* le había ido muy bien, la gente llamaba y decía: "Hola, he visto *Un abril encantado*; ¿puede decirme dónde se filmó? Quiero pasar mis vacaciones ahí." "¡Portofino!" ¡Y después esto!» Recuerda Harvey: «El cardenal O'Connor encendió la mecha. No hay nada que dé más miedo que recibir esas cartas que decían: "Querido Judío: Vete a la mierda, voy a matarte." Fue mi madre la que más me criticó. Uno piensa que la publicidad siempre beneficia a la taquilla, pero esa clase de publicidad no.»

Según parece, Harvey nunca se pensó dos veces la decisión de estrenar *Priest* en Viernes Santo. En palabras de Linde: «Harvey no tenía conciencia de los límites, hacía lo que le salía de las pelotas. Estiraba la cuerda al máximo, sin importarle lo que dijera Disney ni nadie. Echaba leña al fuego, ésa era su manera de comercializar las películas. Para él, la polémica era la mejor manera de generar más publicidad, mayor conciencia.» Harvey le confió su plan a McGurk, que pensó: Oh, mierda, a Michael esto no va a gustarle nada. Y llamó a Eisner para darle la noticia. Unos nueve meses después del infarto del director ejecutivo de Disney, McGurk dijo:

«Sólo quiero decirte que me gustaría comentar una cosa contigo.»

«¿De qué se trata?»

«Mira, Harvey quiere estrenar *Priest* el Viernes Santo. ¡Por la publicidad!»

Se hizo silencio del otro lado de la línea. McGurk pensó: Espero que no se haya desmayado. Al final, Eisner habló: «Tienes que detenerlo como sea.» Finalmente Harvey entró en razones y fijó la fecha de estreno para el 24 de marzo de 1995. Dice Bowles: «En muchos aspectos, *Priest* fue un momento decisivo para Miramax; fue entonces cuando vieron la otra cara de la polémica, cómo un escándalo podía volverse contra ellos. Y ahora que estaban en el redil de Disney, había muchas más cosas en juego que cuando Miramax sólo era la empresa de Bob y Harvey. Disney es una

corporación multinacional global, y Harvey no es tonto. Si bien le gusta la polémica y llamar la atención, no va a hacerse el harakiri.»

Se cuenta que algunos ejecutivos de Disney se pusieron furiosos al enterarse de que Miramax había comprado *Priest* y *Kids* a sabiendas de que no podrían estrenar una película NC-17. Se lo tomaron como una cuestión personal; como dijo un ejecutivo, sentían que «sólo lo hacía para joder a Michael. Era hostil». Dice Roth: «Tuvimos un par de años, 1994 y 1995, bastante pesados. La polémica relacionada con Disney era terrible. Se hablaba claramente sobre la dificultad de seguir adelante con una empresa y obtener beneficios estando asociados a esos dos tipos.»

El 14 de junio de 1995 Miramax estrenó *El cartero (y Pablo Neruda)*, una encantadora historia ambientada en Italia sobre un cartero de pueblo, analfabeto, cuya vida cambia cuando empieza a llevarle las cartas a Pablo Neruda, exiliado de Chile, entonces gobernado por el brutal Pinochet. Harvey la había comprado en Toronto el año anterior. Se había sentado en la última fila, y al verla lloró. Recuerda Amy Israel, entonces asistente de Hoving: «Dijo: "¿Sabes qué voy a hacer? Voy a volver a publicar a Pablo Neruda en un libro de poemas de amor." En un minuto elaboró todo el plan de comercialización de la película, y eso fue lo que hizo, sacó un CD de Pablo Neruda leído por Julia Roberts y Andy Garcia.» Añade Amy Hart, coordinadora de márketing: «Si Harvey creía en una película, no basaba sus decisiones en la recaudación del primer fin de semana. Decía: "Vamos a trabajárnosla."» *El cartero* era una de esas películas que Harvey no estaba dispuesto a dejar escapar. Recuerda Peter Kindlon, que también trabajaba en márketing: «Primero escogimos citas de las críticas, luego recurrimos a cualquiera que tuviera un nombre y una opinión, la que fuera. Los anuncios prácticamente obligaban a la gente a ver la película, como si dijeran: Si usted no ve esta película, es que algo le pasa. Hicieron promociones con restaurantes italianos por todo el país: ¡Traiga su entrada y le regalamos una copa de vino! No dieron tregua.» Harvey consiguió que *El cartero* alcanzara en taquilla la extraordinaria suma de 20,7 millones.

El cartero fue la calma que precedía a la siguiente tormenta, la

que no hace falta que pronostique el canal del tiempo. Harvey se había adentrado demasiado en la ruta de *Kids* y no podía dar marcha atrás. La película se proyectó en Cannes en mayo. Recuerda Larry Clark que Gilles Jacob, el director del festival, no la quería dentro del concurso principal. «Era demasiado polémica. Nos ofrecieron la Quincena de los Realizadores y dije: "¡Mierda, no! Quiero ir a concurso." Harvey amenazó con retirar del festival todas las películas de Miramax. Los trató con mano dura por mi película, por eso siempre lo querré. Después de ver *Kids* en el Palais, en esa pantalla gigante, dije: "Ahora ya puedo morir feliz."» Los franceses enloquecieron con *Kids*, pero Todd McCarthy, el influyente crítico de *Variety,* echó un cubo de agua helada sobre el vistoso desfile de Miramax. *Kids* es un filme «voyeurista, una explotación de sus jóvenes personajes», escribió McCarthy, «[y] sin duda alguna hace surgir el fantasma de la pornografía infantil». Ésa fue, por supuesto, la bandera roja: «Disney se ve envuelta en un escándalo por pornografía infantil» fue un titular del periódico británico *The Guardian*.

Entretanto, al regresar a los Estados Unidos, el senador y candidato a presidente Bob Dole –cuya esposa, Elizabeth, afirmaba que, a causa de *Priest*, iba a vender películas de Disney valoradas en quince mil dólares– se refirió a *Kids*, entre otras, llamándola «pesadilla de depravación», sin haberla visto, naturalmente. Miramax la proyectó para Roth. «La vi y dije: "No tiene ninguna oportunidad de conseguir una R"»,* recuerda Roth. «Les dije que no podían hacerlo.» Harvey se sentía humillado. Los Weinstein le compraron la película a Disney y formaron otra empresa –Shining Excalibur Films–, dirigida por Bowles, expresamente para distribuir *Kids*. «La película de Clark era una patata caliente», recuerda Bowles. «La película más escandalosa de la historia, etcétera, etcétera. Corrían rumores muy feos –que no eran ciertos–, pero circulaban: pornografía infantil, consumo de drogas, menores de edad haciendo el amor en el plató. Puse el teléfono a nombre de mi mujer y decidí hacerlo.» Para Disney, el problema era cómo impedir que los Weinstein explotaran la situación en su provecho. Bowles

insiste en que Shining Excalibur tenía su propio personal, pero la casa madre sospechaba que utilizaba a los empleados de Miramax para las tareas de márketing. «Era gente de Miramax la que hacía el trabajo y se ocupaba de distribuirla, si bien con el nombre de esa empresa de paja», dice Clark, pero Disney nunca pudo probarlo. Dice Roth: «Sentó un mal precedente. Cualquiera de la empresa podía coger una película polémica y manipular el sistema de modo tal que lo echaran para luego crear un flujo de ingresos aparte para ellos mismos. Disney no quería que Harvey obtuviera beneficios [con esa película].» Buena suerte.

Clark había esperado una R por la ausencia de desnudos, pero el 8 de julio la junta de clasificación le estampó un NC-17, lo que significaba la cancelación de las grandes cadenas de salas y los cines fuera de las principales zonas metropolitanas, es decir, cuatrocientas salas en lugar de ochocientas. Los Weinstein estrenaron la película sin mencionar la calificación. «Harvey me pidió que fuera a verlo y me dijo: "Necesitamos una versión para Blockbuster"», recuerda Clark. Harvey: «Ganaremos otro millón de dólares si le ponen una R. Si pudieras cortar un par de minutos, te daré un cheque de cien mil dólares, ahora mismo, bajo mano.» Clark: «Harvey, no puedes comprarme. De todas maneras, ya tienes bastante dinero.» Añade el director: «Me miró a los ojos y me dijo: "Larry, tienes razón. Sí que tengo bastante dinero, pero no es para mí, es para toda esa gente pobre de ahí. Todas esas secretarias que trabajan en cubículos, a todas ellas les interesa esta película. A ellas les harás daño si no lo haces." Y pensé: Vaya, qué agudo es este tío. No se pierde un compás.» Ante la prensa Harvey declaró: «A mí me encanta el cine; a otras compañías cinematográficas sólo les gusta el dinero. Yo no puedo vivir, y mi hermano tampoco, si pienso que el mérito artístico no es lo principal.»

Shining Excalibur estrenó *Kids* el 21 de julio en el Angelika Film Center y en los Lincoln Plaza Cinemas de Nueva York, y luego la llevó, el 28 de julio, a otras treinta y cinco o cuarenta salas. «Harvey y Bob hicieron por esa jodida película todo lo que pudieron y más», dice Clark. «Abrimos un nuevo campo. Ninguna cadena proyectaba nada sin mencionar la calificación, y nosotros metimos *Kids* en los

Sony. Volé a Tulsa, donde nací, y fui a ver *Kids* con un grupo de amigos de la infancia. ¡En un centro comercial!»

La película no batió ningún récord, pero recaudó unos siete millones de dólares en los Estados Unidos con un presupuesto de 1,5 millones. Pese a los esfuerzos en contra de Disney, los Weinstein quedaron como unos ladrones; según Bowles, se embolsaron unos dos millones cada uno. Por el contrario, Clark no sacó casi nada: «Me pagaron cuarenta mil dólares por hacer *Kids*», recuerda. «Vi otros ciento veinticinco mil cuando se vendió por primera vez. Nunca vi una bonificación. Tenía el diez o doce por ciento del neto, pero, según las cuentas de los Weinstein, la película nunca ganó nada aunque sé que hizo un montón de dinero en todo el mundo. A mí no me dejaron ni olerlo, pero personalmente se portaron muy bien conmigo. Qué quieres, tenía que hacer mi película.» Según Miramax, Clark cobró todo lo que le correspondía. Harvey dice que *Kids* era una película de riesgo: «Recaudó siete millones, no setenta, y en el extranjero le fue de maravilla. Clark cobró todo lo que estipulaba el contrato.»

Como *Priest, Kids* fue una película que definió –o redefinió– a Miramax. Dice Vachon: «Para Miramax, fue la película del antes y después.» Los Weinstein pensaron: ¡Ya es suficiente! Aunque, en efecto, Miramax había distribuido un puñado de películas atrevidas y mordaces, su reputación como defensores de la Primera Enmienda fue un producto de la imaginación cuidadosamente cultivado por el departamento de relaciones públicas. En palabras de Tusk: «Mientras todos pensaban que le plantábamos cara a la MPAA haciendo todas esas películas transgresoras, la verdad era que hacíamos cosas como *Mi pie izquierdo*, *Algún día te encontraré* o *Mediterráneo.»* Añade Bowles: «Bob y Harvey querían pescar peces más grandes, entrar en el juego de las grandes películas.»

Un año más tarde, en la ceremonia de entrega de los premios del Independent Feature Project Spirit, en la que Justin Pierce, de *Kids*, ganó el premio al mejor actor revelación, los ejecutivos de Miramax se negaron a acercarse a la mesa de *Kids*, donde Clark, Van Sant, Korine, Sevigny, Woods y Vachon esperaban darles la enhorabuena. Algunos de los integrantes de la pandilla se sintieron desairados.

Harvey le enviaba a Clark una nota amable cada vez que se estrenaba una película suya (lo cual no era frecuente), pero nunca volvió a producirle ni a comprarle otra. Dice el director: «Les ofrecimos *Bully*, sobre unos chicos que matan a un amigo que es un matón, y *Ken Park*», otra película no calificada, una escabrosa mirada al mundo de unos adolescentes disfuncionales. «Pero pasaron. Eran películas duras y Miramax había cambiado.»

7. SUBIENDO EL VOLUMEN
1995-1996

• *De cómo Harvey Weinstein perdió* Shine *pero encontró* El otro lado de la vida (Sling Blade) *y rescató* El paciente inglés, *mientras October se apuntaba algunos tantos y* Four Rooms *casi desintegra a la «Clase del 92» de Sundance.*

Ya no quiero hacer otra película NC-17... En Disney, el mantra es conseguir calificaciones «R» y me alegra conseguirlas. No quiero causarle problemas a Disney. ¿Para qué arruinar una relación perfecta?

HARVEY WEINSTEIN

Quentin Tarantino no era hombre dispuesto a huir de la fama que cayó sobre él tras el estreno de *Pulp Fiction*. «Siempre quise ser una estrella, desde que era pequeño», dice el director, que no tardó en apreciar las ventajas de la popularidad. «He estado en muchos clubs y restaurantes cuando era un perdedor, y la verdad es que es mucho mejor ir de ganador. "Venga, cabrones, levantaos. Hacedles sitio a estos machotes."» A Tarantino le encantaban las candilejas, el calor, la agitación. Como él también era un fan, se sentía responsable ante las legiones que lo adoraban. Pero, por supuesto, una fama como la suya tenía un precio. No importaba cuánto diera; nunca era suficiente. Cuando Chasen's, el legendario restaurante para estrellas de Los Ángeles, cerró finalmente sus puertas, Tarantino quiso estar allí. «Lo llevé yo», recuerda Robert Rodriguez. «En cuanto abrió la

puerta, la gente apareció con carteles de *Pulp Fiction*, asediándolo. Y Quentin dijo: "Madre mía, qué tipo ese. Le he firmado el póster y me ha mirado como si yo fuera un poli... ¡Porque no le he firmado los diez!"»

Dice Tarantino: «Se volvió difícil hacer muchas de las cosas que me gustaban. Yo pensaba: Si fuera Neil Jordan, podría tener doce putas y nadie sabría quién coño era yo. Se me volvió difícil incluso dar un paseo. Aquellos con quienes topaba eran todos indigentes. Tenía que evitar el contacto visual, porque establecer contacto visual con alguien significaba invitarlo a que se me acercara. Mis rollos de chico normal, eso de ir a una tienda de discos usados y pasarme ahí dos horas sacando las cajas de las estanterías, mirando lo que tenían... se terminaron. De repente me vi acosado y hasta chuleado. Yo decía: "Tío, es mi día libre, sólo he venido a echarle un vistazo a estos discos. Como tú."»

Tarantino conoció a Mira Sorvino en el Festival de Cine de Toronto de 1995, donde la actriz fue ovacionada por su interpretación de la prostituta con el corazón de oro en *Poderosa Afrodita*, de Woody Allen, papel por el que más tarde ganó un Oscar. Tarantino empezó a salir con Mira cuando finalmente rompió su largo noviazgo con Grace Lovelace. «Mira y yo pasamos una semana muy romántica y muy excitante en París. Ella nunca había estado en el Museo Rodin, que es uno de mis lugares favoritos», recuerda el director. «En los jardines hicimos un picnic, empezamos a magrearnos mientras todo París nos miraba. Oh, Dios, esto también me lo han quitado, pensaba yo. Si tuviera que hacer el cambio, sí, lo haría, pero, ¡maldición!, si lo hubiera sabido antes, antes de ser famoso, habría ido más seguido al Museo Rodin, habría hecho muchas más cosas antes de ser famoso si hubiera sabido que iba a quedarme sin esa posibilidad.»

Además de la promoción de *Pulp Fiction* y la campaña para el Oscar, Tarantino estuvo ocupado puliendo un viejo guión titulado *From Dusk Till Dawn (Abierto hasta el amanecer)*, que luego dirigiría Robert Rodriguez, y rumiando también una idea para una película de artes marciales que él llamaba *Kill Bill* y que había desarrollado con Uma Thurman. Además, se preparaba para dirigir una de las cuatro

«habitaciones» de *Four Rooms,* película colectiva en cuatro episodios planeada con Rodriguez, Allison Anders y Alexandre Rockwell. *Four Rooms* era un proyecto de la llamada «Clase del 92» de Sundance. (Rodriguez, que había asistido al festival en 1993, era miembro honorario.) Anders no había vivido la idea de comunidad que caracterizó a los niños mimados del Nuevo Hollywood de los años setenta. La escuela de cine ya no era el hilo común, y Sundance, con sus talleres y el festival, su apoyo moral y a menudo práctico, fue la experiencia común más íntima de la generación de los noventa. Dice Rockwell: «Básicamente he estado pagando mi deuda solo, en Nueva York, como director independiente. Luego fui a Sundance con *En la sopa* y conocí a Quentin, a Allison, a Rick Linklater. De repente me di cuenta de que los otros directores no eran forzosamente enemigos. Surgían muchos nuevos, e imperaba una sensación de "nueva ola". ¿Por qué no hacer una película que celebrara esa sensación? Recuerdo que en una cena dije: "¿Qué os parece esto como premisa: un hotel y las desventuras de un botones la noche del 31 de diciembre?" Y llamé a Quentin, que enseguida se entusiasmó con la idea.»

Harvey estaba tan enloquecido con *Pulp Fiction* que habría financiado hasta los calzoncillos sucios de Tarantino. Con todo, las películas colectivas rara vez funcionan, y en circunstancias similares es probable que hubiesen sido pocas las empresas dispuestas a respaldar *Four Rooms*. Pero ahí estaba Harvey, haciendo aquello por lo cual los cineastas lo adoraban, arriesgándose en un proyecto alocado y anticonvencional aunque le costara un par de millones de dólares. Por supuesto, la película estaba condenada al fracaso, y él hizo su propia y única contribución al desastre.

Cada uno de los directores tenía que escribir y dirigir una de las partes, ambientadas todas en la víspera de Año Nuevo y alrededor de un personaje común: Ted, el botones, interpretado por Tim Roth. (En un principio, Linklater pensaba hacer una quinta habitación, pero, muy inteligentemente, desapareció.) «Era realmente emocionante ir contracorriente, hacer las cosas como nunca antes se habían hecho», dice Anders. «Antes nunca nadie había realmente "colaborado", y nos dijimos: "Hagamos esta película juntos, de

manera experimental, nada de preocuparnos por las grandes estrellas. Contrataremos a gente que nos guste, todos van a cobrar lo mismo. Pero eso no tardó en cambiar.» Lo que ocurría era que, en la habitación, había un gorila de trescientos cincuenta kilos de cuya presencia nadie quería darse por enterado. Su nombre: Quentin Tarantino. «Una vez que la película fue a Miramax, pasó a ser algo totalmente distinto», prosigue Anders. «Porque Quentin se convirtió en algo totalmente distinto.»

Los cuatro directores colaboraron en el guión, y luego Tarantino le entregó a Miramax el primer borrador. «Me quedé bastante horrorizada», recuerda Anders. «"Espera un minuto", dije. "Esto aún no lo hemos terminado. ¡Apenas hemos trabajado en el guión!» Pero Miramax nunca pidió que lo volvieran a escribir. Prosigue Anders: «Claro, la sensación era que, como Quentin había ganado la Palma de Oro, no podían equivocarse. Y la actitud de ellos, la de siempre: los problemas de guión se pueden arreglar en el montaje. Pero eso es algo muy, muy engañoso, porque si no tienes escrito el guión, lo más probable es que no lo filmes.»

Four Rooms entró en preproducción durante el otoño de 1994, en el preciso momento en que *Pulp Fiction* hacía furor. Tarantino comenzaba a ser una estrella. ¿Cómo podían saberlo? Para empezar, descubrieron que no se podía tomar ninguna decisión sin la aprobación de Quentin. Prosigue Rockwell: «Yo fui el que lanzó la idea y era uno de los productores ejecutivos, pero si quería un mondadientes o una taza de café, me decían: "Mejor consultarlo con Quentin." Siempre estaban cuestionándome.» No era fácil comunicarse con Tarantino por teléfono. Arrastrado por el bombardeo publicitario, siempre estaba de viaje. Prosigue Rockwell: «De pronto me vi teniendo que negociar con el tercer ayudante de Tarantino. Cuando hay tantos intermediarios, no tienen otra cosa que hacer que no sea transformarlo todo en un trato estupendo. Y el primer intermediario llamaba al segundo intermediario y decía: "Ay, Dios. Alex está alucinando porque piensa que el pasillo tendría que ir pintado de azul. Averigua qué piensa Quentin. Tienes que darte prisa porque tenemos que saberlo hoy mismo." Y el segundo intermediario: "¡Urgencia! Alex ya lo ha programado, sólo tienes una

hora para decidirlo.” Luego, al final del día: “Alex es un gilipollas, quiere que pinten el pasillo de azul.” Y al día siguiente por fin recibías la llamada de Quentin: “¿Qué pasa? ¿Lo habéis pintado de azul? Me han dicho que parece como si alguien hubiera vomitado sobre la pared.”»

El episodio de Tarantino trataba de un famoso actor de cine que pasaba la noche del 31 de diciembre rodeado de aduladores que lo explotan a más no poder. En realidad, parecía centrarse claramente en su propia ambivalencia respecto de la fama post-*Pulp Fiction*. «Era algo muy personal», dice Anders. «Hay un momento en que se harta de veras de la gente que se le cuelga, que se aprovecha de su fama, que se le bebe todo el alcohol. Y, sin embargo, él está ahí. Con esa gente celebra el Año Nuevo, personas a las que ni siquiera conoce.»

Añade la directora: «Quentin decía, bromeando: “Mi habitación debería llamarse ‘El hombre al que todos habéis estado esperando’.” Y nosotros le decíamos: “Oh, sí, muy gracioso. Vete a la mierda.”» Es posible que sus colegas lo trataran de igual a igual, pero nadie más lo hacía. «Su plató era cuatro veces más grande que el nuestro», prosigue Anders. Y no porque su episodio exigiera un plató de esas dimensiones; «era su cabeza la que exigía un plató grande. Nuestras tres habitaciones podrían haber cabido perfectamente en la suya. Era una metáfora de lo que estaba ocurriendo. Le tomábamos el pelo y él siempre se reía de sí mismo, pero se llegaba a un punto en el que la gente no quería admitir que Quentin tenía mucho más poder que el resto de nosotros. Eso no fue nada bueno para la película».

Como *Four Rooms* terminó con una duración de dos horas y cuarenta minutos, las esperanzas que los directores habían depositado en la película se marchitaron y cayeron revoloteando como hojas de otoño. Harvey, no sin razón, los presionó para que la acortasen, pero, puesto que Tarantino era intocable, y puesto que el episodio de Rodriguez se había filmado casi sin cortes, el grueso de la presión recayó sobre Anders y Rockwell, los más vulnerables. Rockwell les dijo a los hermanos Weinstein: «Muy bien, yo puedo acortar mi episodio, pero todos tendrán que hacer algunos cortes,

¿verdad?» Y le contestaron: «¿Quién va a decirle a Quentin que tiene que cortar?» Se queja Anders: «Mi episodio duraba veinte minutos. El de Quentin, creo que cuarenta y cinco. Pero nosotros fuimos los únicos dos que tuvimos que cortar. Si Quentin no hubiera sido tan famoso, si todos hubiéramos podido estar al mismo nivel, él también habría tenido que acortar su parte.» Rockwell pensaba: ¿Esto es trabajar con amigos? Puede que acabe odiándolos cuando terminemos la película.

No puede decirse que fuera una ayuda que Harvey despreciara abiertamente a los dos directores «de segunda». A Rockwell le dijo: «Vas a ser un insignificante director de película de arte el resto de tu vida», afirmación que a Rockwell le pareció graciosa en ese momento. Los directores también se enteraron de que Harvey había dicho: «¿Sabéis cuál es el problema de esta película? El problema es que hay dos genios y dos guionistas de pacotilla.» Prosigue Anders: «La verdad es que no creo que a los Weinstein les gustara mi episodio. La única razón por la que participé en esa película fue porque Quentin quiso que lo hiciese. Nos peleamos cientos de veces. Harvey me gritaba, y yo tenía miedo, pero no me quedaba callada. Luego él me enviaba enormes ramos de flores y yo decía: "A la mierda las flores, voy a tirarlas por la ventana." Pero lo cierto es que las flores me enloquecen. Nunca las tiré por la ventana.»

Weinstein se empleaba a fondo en los jueguecitos mentales con Anders. Recuerda la directora: «Me amenazaba. "Voy a reunir a todas tus actrices y voy a enseñarles lo que has rodado, te van a ver como eres, desnuda." "Muy bien, Harvey, adelante." (¡El único que quiere que todos vean lo que ha filmado es Quentin!) Pero esa amenaza de reunir a todas las actrices, a Madonna, a Lili Taylor, a Iones Sky, a Valeria Golino... No voy a negar que me puso nerviosa, Harvey creaba una imagen que para mí era espantosa. Me sentía totalmente expuesta. Recuerdo que pensé: ¿Qué les dirá? ¿Que no sé dirigir? ¿Que la película podría haber sido mejor? Era absurdo, eso no podía ocurrir en un millón de años. Más tarde me dije para mis adentros: Qué ridículo es todo esto. Pero él sabía que yo era vulnerable y se las ingeniaba para asustarme. Harvey dijo una vez: "¿Éste es el montaje que quieres que estrene? ¿Estás segura? Pues

voy a estrenarlo." Y aunque eso era realmente lo que yo quería, me entraron dudas. Me hizo dudar de mí misma.»

Un día, Harvey llamó a Rockwell, que justo estaba en el dentista: Recuerda el director: «Cuando el dentista me dijo que tenía una llamada, pensé: ¿Le pasará algo a mi madre? ¿Quién puede llamarte a la consulta del dentista? ¡Me están haciendo una endodoncia! Se puso Harvey y le dije: "No puedo hablar, tengo que..." Estaba esquivándolo porque quería que hiciera unos cortes en mi episodio. "Déjame hablar con tu dentista, Rockwell." Y le dijo: "¡Arránquele todos los dientes, me importan un carajo sus honorarios. Dígale que le compro una dentadura nueva si hace los cambios."»

Las disputas por el montaje de *Four Rooms* enfriaron la amistad entre Tarantino y Anders. El 3 de octubre de 1995, el día en que absolvieron a O. J. Simpson, Anders viajó a China en un vuelo patrocinado por Sundance en el que también estaban Tarantino, Geoff Gilmore, Ira Deutchman, Michael Barker, Ethan Coen, Liz Manne y otros. El objetivo era presentarles a los chinos el cine independiente norteamericano. Ella llevó *Mi Vida Loca*; Coen fue con *Barton Fink* y Tarantino llegó –con un día de retraso– con *Pulp Fiction* debajo del brazo. Sin embargo, los días que pasaron juntos en China poco contribuyeron a cambiar los sentimientos que Anders albergaba para con su antiguo amigo. «Quentin decidió que tenía que ser la estrella en China, y se apartó de nosotros», dice Anders. «En una mesa redonda se sentó a mi lado y me dijo que había tenido un sueño, que se follaba a una china muy guapa. Me di cuenta de que la mujer de ese sueño era "la China", como si Quentin quisiera ir follando por todo ese país llamado China. Eso basta para resumir sus propósitos, me molestó muchísimo. Le encanta esa clase de idolatría.» La última noche que pasaron en China, el grupo de Sundance acudió invitado a una cena de gala en el Gran Palacio del Pueblo. Al llegar encontraron una mesa de banquete suntuosamente preparada, pero no tardaron en darse cuenta de que no había sillas para todos. Enseguida comprobaron que no estaban invitados a compartir la comida, que la mesa sólo era para Tarantino, Gilmore y algunos dignatarios locales. Deutchman dijo: «Ésta sí que es una idea interesante, invitar gente a una cena para que se quede de pie

mirando cómo comen los demás.» Más tarde, Tarantino se enfrentó a Anders diciendo: «¿Estuvisteis arrojándome dardos mientras estaba sentado a la mesa? Ella contestó: «Pues sí, joder, yo sí. Pero, por Dios, ¿dónde está tu jodida lealtad? ¿Estás en una situación en la que todos los demás somos tus amigos, tus colegas, de pie?» (Coen dice: «Quentin estaba muy avergonzado.»)

Cuando regresaron a Los Ángeles, Anders volvió a zambullirse en el infierno de *Four Rooms*. «Me llamó Bob Weinstein y con toda la naturalidad del mundo me dijo que habían hecho un corte en mi episodio, en cinta. Le dije: "¿Estás diciéndome que habéis vuelto a montar mi episodio? Yo tengo el derecho al montaje definitivo en esta película. Estás bromeando, ¿no? Sinceramente, pensé que era una broma. Y Bob me dijo: "No, hablo en serio. Nos gustaría mucho que le echaras un vistazo." Scott Martin, ese cabrón de posproducción, se había puesto a recortar y a volver a montar. Alex me dijo que Harvey pensaba enviar a Scott a Los Ángeles. "Vayamos a buscarlo al aeropuerto", le dije, y me respondió: "Me vestiré de chófer y llevaré un cartel que diga 'Scott'. Y debajo del cartel llevaré una pistola para cargármelo." Un día me quejé a Quentin, pero creo que allí todo el mundo miraba por sí mismo.

»Cuando Miramax probó la película, preguntaron varias veces al público y a los grupos de sondeo qué "habitación" les gustaba más, enfrentando a los directores unos contra otros. Fue una absoluta perversión del espíritu que originalmente inspiró nuestro proyecto. Eso era exactamente lo que se suponía que no tenían que hacer, pero lo hicieron una y otra vez. Te propones hacer una película con tus amigos, eres idealista, y lo primero que hacen es decirte: "Esta historia es mejor"; o "Saltad ésta y pasad a la siguiente." Cuando todo terminó, dije: "Por favor, quiero salir de esta pesadilla."»

Pese a las muchas esperanzas depositadas en la película, a *Four Rooms* no le fue nada bien. Un filme que supuestamente tenía que costar un millón de dólares terminó costando cuatro. Una película en la que supuestamente no trabajarían estrellas terminó con un reparto en el que figuraban Madonna, Bruce Willis, Antonio Banderas y Salma Hayek. Una película que supuestamente sería un trabajo hecho por colegas en pie de igualdad terminó siendo lo contrario. Se

estrenó el 22 de diciembre de 1995. En las salas fue un ruidoso fracaso (sólo recaudó 4,3 millones), aunque Lechner afirma que a la larga obtuvo beneficios netos. Al final, los cuatro amigos apenas se dirigían la palabra. Dice Anders: «Quentin y yo pasamos una época difícil. Dentro de cincuenta años seguiré queriendo ser su amiga, pero él no crecerá si todo el mundo sigue besándole el culo. Le dije: "¿Qué prefieres, que hagamos una película maravillosa o que todos te besemos el culo?" Y me respondió: "La verdad, me gustaría que me besarais un poquito el culo." Esa película fue, para mí, una experiencia miserable; al cabo de un tiempo no quise saber nada más de *Four Rooms*.» Anders estaba tan amargada que se negó a ir con la película al Festival de Toronto. Dice que Miramax le dio un trato *first-look* a manera de soborno, para convencerla de que fuera –Anders asistió una sola noche–, pero que nunca se interesaron por ninguna de sus opiniones.

Anders (y, en menor grado, Rockwell) era la conciencia del grupo, la adulta, el superyó, por así decirlo. Rodriguez, que tenía mucha visión, era, como lo confirman sus siguientes películas, y en todos los aspectos, un adolescente retardado. Era el niño, el «ello», y Tarantino, con elementos de ambos, era, en efecto, el objeto de un tira y afloja cultural y estético entre los cuatro directores. *Four Rooms*, con la colaboración de Miramax, marginó a Anders y a Rockwell en un ominoso signo de los tiempos que se avecinaban.

Cuando la pandilla de Miramax –Mark Tusk, Trea Hoving y Tony Safford, con Amy Israel y el resto del equipo de compras a la zaga– entró en Park City el 19 de enero de 1996, con el oro de Disney quemándoles las alforjas, estaba seguro de que pujaría más, de que vacilaría más y de que compraría más que cualquier otra empresa lo bastante tonta para pretender compartir con ellos un lugar alrededor del fuego. Sin embargo, 1996 sería el año en que Miramax recibiría su merecido, cuando las empresas a los que los Weinstein habían

atacado a balazos en los dos años siguientes al trato con Disney les devolvieron los disparos.

El festival de ese año fue de una abundancia sin precedentes. Entre los filmes presentados a concurso en la sección dramática estaban *Bienvenidos a la casa de muñecas,* el primer –segundo, en realidad– largometraje de un director desconocido llamado Todd Solondz, ya adquirido por Sony Classics; una película australiana no anunciada, titulada *Shine*, dirigida por Scott Hicks; *I Shot Andy Warhol (Yo disparé a Andy Warhol)*, dirigida por Mary Harron y producida por Christine Vachon; *Walking and Talking (Nadie es perfecto),* una brillante comedia de solteros veinteañeros escrita y dirigida por Nicole Holofcener, y una película que Miramax ya había comprado, a saber: *The Devil Inside,* la primera de Alexander Payne, también conocida como *Meet Ruth Stoops*, también conocida como *Precious* y, finalmente, como *Citizen Ruth*, producida por Cary Woods con un presupuesto de 3,7 millones.

Las tempestades que el año anterior habían desatado *Priest* y *Kids* parecían haberle pasado factura al copresidente de Miramax. A Harvey se lo veía más imprevisible y quijotesco que nunca. En palabras de Safford: «No puede estar en un entorno competitivo sin hacer algo que cabree a alguien.» Payne se emocionó cuando supo que Sundance había aceptado *The Devil Inside.* A la clásica manera Miramax, su visión violenta y swiftiana de «la guerra del aborto» estaba calculada para que ofendiera a todo el mundo. A su vez, Laura Dern se revela como consumada comediante en el papel de Ruth, madre soltera de cuatro niños y con otro en camino, una marginada que esnifa pegamento y que cuando un juez le ordena que aborte se convierte en el botín de la batalla librada entre los pro vida y los pro abortistas, dos grupos que intentan ganársela para la causa. El rodaje había sido bastante fluido, pero recuerda Payne: «Una semana antes de que se estrenara en Sundance, a Harvey le dio miedo el título.» Weinstein pensaba que *The Devil Inside*[*] hacía que la película pareciera de terror, cosa que era cierta. Y le pidió a Payne que lo cambiara, amenazando con retirarla del festival si no lo hacía. Payne sugirió *Meet Ruth Stoops*, a imitación de *Meet John*

Doe (Juan Nadie), de Capra, pero entonces apareció, y protestó, una tal Ruth Stoops real. Cuando Payne llegó a Park City lo recibieron grandes carteles en los que se veía a Laura Dern en el cielo luciendo un perfecto peinado de niña del colegio episcopal Breck. Pero da la casualidad de que, en la película, Ruth es una mujer sucia que va siempre despeinada. Por si fuera poco, el título escogido ahora por Miramax era *Precious*, que en realidad muy poco tenía que ver con nada. Al director se le cayó la cara de vergüenza. Aún más confuso fue que, en el catálogo del festival, la película siguiera apareciendo como *Meet Ruth Stoops*. En la sesión de preguntas y respuestas que siguió a la primera proyección, Payne escuchó con paciencia a los miembros del público que interrogaron a Burt Reynolds, que tenía un papel secundario, acerca de *Deliverance* (John Boorman, 1972). Luego, alguien se puso de pie y preguntó: «¿Quién diablos es responsable del cartel y del título de esta película? Son una mierda.» Harvey estaba de pie al fondo de la sala. Recuerda Cathy Konrad, una de las productoras: «A ninguno nos gustaba ese título, *Precious*. Levanté la vista y vi que la puerta se abría y se cerraba, y supe que Harvey se había marchado. Él sabía que el título era un despropósito; lo que pasa con Harvey es que él *sabe.*» En proyecciones posteriores, el público abucheó cada vez que el título aparecía en pantalla, y Payne, irritado, repitió varias veces que se lo había puesto Miramax contra su expreso deseo. Harvey lo acusó de armar follón. (Finalmente, Harvey aprobó *Citizen Ruth*, un título que Payne había propuesto antes.)

Además del lío del título, estaba también el final, algo que a Harvey siempre le gustaba retocar porque las películas independientes, con sus finales confusos, deprimentes y sin resolver, siempre necesitaban un retoque. «Harvey quería un final más feliz, un final que mostrase la victoria de Ruth sobre los dos bandos opuestos, y que ella escapara con el dinero», recuerda el director. Pero, como no había tiempo para volver a filmarlo, a Miramax se le ocurrió la idea de añadir un rótulo en la cola de la película. Payne se opuso, le dio largas al asunto y Harvey volvió a amenazarlo con retirar la película. Prosigue el director: «Por lo tanto, en Sundance se proyectó con un rótulo que sugería, aunque de manera irónica», que

Ruth se iba a California, donde llegaba a ser una próspera exitosa agente inmobiliaria, «que de alguna manera ella mejora». Woods quiso denunciar el farol de Harvey y amenazó con llamar a Redford y dar una rueda de prensa. Pero ésta era la primera película de Payne, y el director le dijo a la productora: «Cary, van a enterarse de que es un asunto del estudio. Olvidémoslo.» Por asombroso que parezca, una película pensada para ofender a todo el mundo, finalmente no ofendió a nadie.

Entretanto, la proyección de *Shine* había sido un gran éxito. Proyectada el primer domingo por la noche, en el Egyptian, era una película financiada parcialmente por Pandora Films, la compañía de Ernst Goldschmidt, y representada por el veterano productor Jonathan Taplin, ex encargado del equipo en las giras de Bob Dylan y cuya carrera se remontaba hasta *Malas calles* y *El último vals*, de Scorsese. Hicks había volado a Park City desde Australia. Cuando terminó la proyección de *Shine*, el público la ovacionó de pie; la película era tan impactante que, recuerda Taplin: «Hasta los agentes lloraron, algo realmente extraño. De vez en cuando uno se da cuenta de que ha dado en el blanco. Todos me dieron la enhorabuena. La mañana siguiente, a las siete y media ya empezó a sonar el teléfono. Fine Line, Searchlight, pero ni una palabra de Miramax.»

Safford había visto la película el martes anterior, cuatro días antes de que empezara el festival. Era la película perfecta para Miramax, casi otra *Mi pie izquierdo*. Esta vez era la historia de un pianista atormentado, un niño prodigio, interpretado por un irritado Geoffrey Rush, que se vuelve loco por culpa de su autoritario padre, bordado con igual maestría por Armin Mueller-Stahl. Tanto en *Mi pie izquierdo* como en *Shine*, el artista funcionalmente desafiado vive, aunque puede parecer inverosímil, felizmente y para siempre en brazos de una novia aún más inverosímil. Como *Mi pie izquierdo, Shine* era materia prima para el Oscar, una película que sin duda alguna tocaría la fibra de ese congreso de ancianos en el que la Academia iba convirtiéndose con cada año que pasaba. Sin embargo, es probable que Harvey se haya visto a sí mismo en esos magníficos monstruos, el príncipe rana transformado por el beso mágico de una

mujer, como Eve lo había transformado a él. Safford dice que *Shine* le impresionó, pero Taplin, que no pensaba lo mismo, le dijo a Goldschmidt: «Es obvio que la película le importa un carajo; para él no vale nada.»

El lunes, a eso de las doce del mediodía, Taplin se enteró de que Harvey, que estaba en Los Ángeles para la entrega de los Globos de Oro, quería ver *Shine*. El representante envió una copia al Beverly Hills Hotel, donde se alojaba Harvey, y ese mismo día, más o menos a las cuatro de la tarde, Taplin finalmente tuvo noticias de Safford: «Nos interesa. ¿Qué ofertas hay?» A esas alturas las ofertas ya habían subido de seiscientos mil dólares a ochocientos mil, y luego a un millón, un millón doscientos mil, un millón cuatrocientos mil... por lo que Taplin contestó: «Por encima de millón y medio.» Safford dijo: «Muy bien, la queremos, y queremos hacer la última oferta.» Taplin preguntó: «¿Basándonos en qué?» Pregunta innecesaria, porque lo sabía: basándose en que Miramax era Miramax. Que Harvey hubiera cogido los dados para sumarse al juego habría debido ser una buena noticia, pero Hicks ya le había hablado a Taplin de su primer encuentro, unos meses antes, con la empresa de los Weinstein, cuando intentaba recaudar fondos después de hacer circular el guión. Había volado de Australia a Los Ángeles a petición de Miramax, que quería reunirse con él. Hicks fue directo del aeropuerto a los despachos de Miramax, donde lo hicieron esperar una hora y media. Cuando finalmente se celebró la reunión, no le ofrecieron siquiera un vaso de agua, lo cual, al parecer, le causó una fuerte impresión. Hicks dijo y repitió hasta el cansancio: «Ni siquiera me ofrecieron un vaso de agua.» El director soltó su discursito de presentación y le dijeron que ya lo llamarían al hotel, tras lo cual se fue directamente a su habitación. Al día siguiente, cuando despertó, no encontró una sola llamada de Miramax. Hicks regresó a Australia furioso. Ahora, más de un año después, seguía furioso, pero había una diferencia: tenía una película muy cotizada. Según Taplin, Hicks dijo: «¿Quién diablos se creen que son? No me gusta Miramax, no me gusta esa arrogancia, no me gusta nada que tenga ver con ellos.» Además, Pandora, la productora de Goldschmidt, había producido también *The Young Poisoner's Handbook,* de Ben Ross,

película que Harvey había matado con delicadeza un año antes. A la gente de *Shine* le habría convenido aceptar menos dinero antes que negociar con Miramax. Y Taplin evitó las llamadas de Safford.

Por una vez, fue Fine Line, la división de cine independiente de New Line, la más agresiva. No hay que olvidar, por supuesto, la historia entre Fine Line y Miramax, no sólo la larga rivalidad de Harvey con Bob Shaye y el encontronazo de Bob Weinstein con Ira Deutchman cinco años antes, sino a Safford, que había dejado New Line para pasarse a Miramax. A eso de las cuatro de la tarde, el equipo de compras de Fine Line –Mark Ordesky y Jonathan Weisgel– se instalaron literalmente en el apartamento de Taplin, armados con ordenadores portátiles e impresoras y diciendo: «Vamos a redactar el contrato ahora mismo», dicho lo cual se sentaron en la barra a preparar el texto mientras Taplin sorteaba llamadas de todas las regiones del planeta, saliendo, de vez en cuando, a celebrar una reunión. El precio seguía subiendo, y a las seis de la tarde, según Taplin, Safford llamó y dijo: «Queremos que esperes hasta que llegue Harvey.»

«Tony, no creo que podamos hacerlo.»

«Dos millones, mi oferta final.»

«Sinceramente, el director no tiene buen rollo con vosotros, y ya tenéis otras diez películas, tenéis *El paciente inglés,* hay otros que necesitan ésta más que vosotros. Ellos no tienen conflicto de lealtades. No te muevas de ahí, te llamaré si algo cambia.»

Safford le envió a Taplin un contrato por fax, pero al otro lado de la línea estaban los chicos de Fine Line, que igualaron la oferta de Miramax. Taplin y Hicks juntaron las cabezas y decidieron: «Aceptémosla, estos tipos están interesados de verdad, quieren hacerlo, nos han dado una muy buena participación en los beneficios generados por la distribución.» Taplin y Hicks firmaron el contrato, se dieron la mano con Fine Line y se fueron a cenar.

Eamonn Bowles, que también estaba en Sundance representando a Miramax, insiste en que Harvey creía que Safford había cerrado el trato. Harvey lo acorraló cuando finalmente llegó a Park City y le preguntó: «¿Te gustó *Shine,* Eamonn?» Bowles respondió: «Creo que está hecha para agradar al gran público.» Harvey dijo: «Bien,

ojalá sea así. Acabo de pagar una fortuna por esa película. Ven conmigo.» Harvey lo llevó a una *delicatessen* donde discutieron diversas maneras de manejar la película, la campaña, la fecha de estreno, etcétera. Cuando Harvey se marchó, Bowles sintió que ya podía relajarse.

Nevaba esa noche, y hacía un tiempo asqueroso. Israel, Hoving y Tusk tenían orden de buscar a Taplin, y lo encontraron en el Mercato Mediterraneo, un restaurante italiano no muy de moda, al final de la calle mayor, tras lo cual Israel llamó a Safford por el móvil y le dijo: «Ha llegado el águila.» Al parecer, también convencido de que ya tenía un trato, Safford subió a ver a Taplin, pero bajó lívido. Mientras tanto, Bowles se había ido a tomar unas copas.

Cuando nadie se lo esperaba, Harvey entró hecho una furia, ladrando: «¡Fine Line ha comprado *Shine*! ¡Nos han jodido!» Dice Fowles: «Echaba espuma por la boca.»

En el Mercato, Taplin estaba de celebración con unos amigos: la abogada Linda Lichter; un colega de ésta, Carlos Goodman, que representaba a Tarantino, y Debbie Newmyer, esposa de Bobby Newmyer, que trabajaba en Amblin, la productora de Steven Spielberg. Se habían sentado en el primer piso y pedido dos botellas de champán. Recuerda Goodman: «Tony se fue media hora más tarde, preocupado porque no había conseguido la película. Harvey subió la escalera a trompicones.» Taplin no lo vio, estaba mirando hacia otro lado cuando Harvey pareció materializarse de la nada –en caso de que esto sea posible– y lo atacó por el lado ciego. Según Taplin, lo agarró por la camisa y le gritó: «¡Imbécil! ¡Me has jodido! Le dijiste a Tony Safford que ya la tenía. Me hiciste subir el precio, no pensaste... ¡hijo de puta!» (Harvey afirma: «No le puse la mano encima.») A Newmyer, Weinstein le pareció un loco, y lo oyó repetir una y otra vez que Taplin le había mentido. «Estuvo a punto de ponerse a tirar cosas», recuerda ella. «Se comportó como un memo grandilocuente.» Newmyer lo miró y le dijo: «Por una vez en tu vida, Harvey, ¿por qué no te comportas honradamente? A veces ganas, a veces pierdes. ¿No puedes comportarte como un caballero y marcharte?»

«¡Cállate, puta!», gritó Harvey. En ese momento, Lichter, una

mujer delgada, apenas una fracción del tamaño de Harvey, un mondadientes al lado de un macizo roble, se puso de pie de un salto y le dio un empujón, gritando: «¡No le hables así a mi amiga!» A esas alturas ya todos estaban de pie, y un coro de voces gritaba: «¡No la llames puta! ¡Discúlpate!» Goodman fue a buscar al *maître* mientras Harvey gritaba: «Vas a necesitar más abogados porque pienso hacerte un culo nuevo.» Goodman regresó con un camarero que dijo, muy cortésmente: «Discúlpeme, señor, está usted molestando a los clientes», y separó a Harvey de Taplin, que se sentó y dijo: «Harvey, ya puedes despotricar todo lo que quieras, nosotros hemos cerrado el trato.» Sin inmutarse, Harvey siguió gritando hasta que apareció el gerente del establecimiento con dos fornidos camareros y lo hizo salir del restaurante.

Hoving e Israel esperaban aparcados fuera en un Chevrolet Suburban. Taplin dice que Hoving le dijo a Harvey: «No tendrías que haberle dicho eso a Deb Newmyer. No querrás que Steven se cabree.» En el coche, Harvey le hizo escribir a Hoving una carta en la que se disculpaba, pero dirigida no a Taplin, sino a Newmyer. Le decía que sencillamente no podía soportar a la gente que le mentía; luego firmó la carta y la envió.

Por casualidad pasaba por allí Susan Glatzer, de October, y vio a Harvey que aporreaba el volante. Gritaba con tanta fuerza que pudo oírlo a través de las ventanas cerradas. «¡Soy demasiado grande y poderoso para no conseguir esa película!» Ahora dice Harvey, contrito: «Arruiné mi reputación, terminé para siempre con esa gente, y con toda la razón, porque me porté muy mal, pero eso es porque me apasiona el cine.»

Taplin insiste: «Tony metió la pata hasta el fondo, nada se puso nunca por escrito. La vio cuatro días antes del festival, fue el único que la vio y podría haberla comprado por seiscientos mil dólares. Si Scott Hicks hubiera dicho que quería esperar a oír la oferta de Miramax, habríamos esperado. Todos conocían a Harvey Manostijeras, y eso formaba parte del cálculo de Scott. A mí, lo único que me preocupaba era que no se hicieran cortes en la película. *Shine* era lo que era. En retrospectiva, *El paciente inglés* era, ese año, la película oscarizable de Harvey, sin duda alguna; era

ahí donde ponía el dinero. *Shine* llegó a lo que llegó porque era lo único que tenía Fine Line.»

Según Safford: «Pactamos las condiciones. Taplin dijo: "Ponlo por escrito que ya iré a firmarlo." Lo redactamos y luego él se fue al sur. ¿Mintió Taplin? Claro que sí.»

No comprar una película con posibilidades era la pesadilla de todos los encargados de compras. A Harvey no le gustaba nada que se le adelantaran. Como estaba de pésimo humor, volvió a su apartamento con sus tropas a la zaga. Allí se montó una verdadera inquisición, un juicio, algo que ocurría cada vez que Miramax perdía una película. Safford, era el principal sospechoso, tenía serios problemas. La mañana siguiente, Harvey salió del Stein Ericksen Lodge con una copia de un artículo del *New York Times* que le habían faxeado desde la Costa Este y en el que se mencionaba la pelea del Mercato. Harvey empezó a acribillar a todos con preguntas: «Bien, Tony, ¿tenías la copia? ¿La viste? ¿No te pareció una película para nosotros? ¿Les dijiste que esperaríamos a ver cuál era la reacción en Sundance? ¿Alguien fue a ver a Scott Hicks y le dijo: "Eh, tu película me ha gustado mucho"?»

«No.»

«¡¿No?! ¿Tengo que hacerlo todo yo?», bramó Harvey, haciendo una pelota con el fax y tirándolo a un montículo de nieve.

«Fue horrible», recuerda un empleado que estaba presente. «Daba igual que le gritara a Tony, todos nos sentimos como si nos gritara a nosotros. En realidad, era eso lo que hacía.»

Ese mismo día, un poco más tarde, Harvey, con Safford a cuestas, arrinconó a Hicks y se lo llevó a almorzar. Amenazaba con llevarlo a juicio, e hizo que Safford redactara una cronología de los hechos que condujeron a semejante fiasco. A Amy Israel la apostó en una mesa cercana, como testigo. Hicks tenía que irse al aeropuerto inmediatamente después de comer. Cuando se levantó para coger las maletas, Harvey lo detuvo: «¡Oh, no, Scott, no tienes que preocuparte por las maletas. Taplin las llevará.»

Después de todo ese alboroto, los premios fueron un anticlímax. *La historia del Spitfire Grill* ganó el Premio del Público en la categoría dramática; *Bienvenidos a la casa de muñecas* obtuvo el Gran Premio

del Jurado. A Tusk y a Israel les encantó *Bienvenidos a la casa de muñecas*, les pareció perfecta para los Weinstein. La protagonista es otra marginada que vence a la adversidad, si así puede definirse lo que le ocurre a la antiheroína, Dawn Wiener, interpretada por Heather Matarazzo. La película expresa una visión personal bastante intransigente; se parece a *La boda de Muriel* pero sin el final ñoño, y con un personaje central bastante repelente. En un principio, Solondz había querido titularla *Faggot and Retards* («Maricas y retrasados»), un título que capta a la perfección el ambiente de la película. Y ése fue, por supuesto, el problema. Harvey se reunió con Solondz en Nueva York. Tal y como son estas cosas, fue una buena reunión; en lugar de seducir al director y hacerle un montón de promesas que podía perfectamente no cumplir jamás, Harvey tuvo con él un auténtico *tête-à-tête*, hasta que, por supuesto, le dijo que quería volver a filmar el final, para suavizarlo. Solondz se negó, y todo quedó ahí. Tusk e Israel se sintieron amargamente decepcionados. Miramax ya no era la vieja Miramax.

Cuando llegó la hora de la Super Bowl y todo el mundo se fue a casa, el festival de 1996 pasó a la historia como los Diez Días que Conmovieron al Cine Independiente. No solamente Harvey había hecho el ridículo; Castle Rock, una compañía «independiente» propiedad de Warner y más conocida como la casa de Rob Reiner y de Seinfeld, había pagado una suma exorbitante por *La historia del Spitfire Grill*, una película que Bowles describió como «un anuncio de Dr Pepper», una suma que rozó los diez millones de dólares cuando la oferta más alta, lanzada por una modesta compañía llamada Trimark, no llegaba al millón.

Apenas dos años antes se habían cerrado los primeros tratos en Sundance, cuando Goldwyn pagó cuatrocientos cincuenta mil dólares por *Go Fish* y Miramax doscientos veintisiete mil por *Clerks*. «1996, el año de *Shine*, fue un punto nodal, el año en que en sólo seis días se vendieron más películas que en todo el año y medio anterior», dice Gilmore, «lo cual dio lugar a esa clase de rumores y de interés en que la industria y la gente del cine dicen: "Esto es grandioso, esto es una puerta, por aquí puedo entrar."» La energía, los rumores y la prensa que en el pasado habían girado en torno al descubrimiento

de jóvenes directores talentosos o de películas nuevas y emocionantes, pasaron ahora a centrarse en la llama del dinero que ardía en los productos más calientes. El frenesí del dólar animaba a los directores, productores, agentes y representantes de las productoras a considerar a Sundance no como un lugar en el que podían encontrar una distribuidora –cosa que ahora ocurría con mayor frecuencia antes de que comenzara el festival–, sino como un trampolín para lanzar las películas. Sumas como ésas –insignificantes para los criterios de los estudios–, vertidas por las principales compañías en este mercado a través de representantes como Miramax, Fine Line y Castle Rock, destruyeron los cimientos económicos del cine independiente, hicieron que las compras se volvieran cada vez más irracionales e inflaron aún más la burbuja de las ofertas. Con excepción de Sony Classics, los independientes asociados a los estudios subieron las apuestas de manera espectacular, disparando el nivel de paranoia, de agresión y de desesperación ya endémico en el juego de las compras. Los días en que Miramax podía torcerle los dedos a Fine Line y otras distribuidoras ya habían pasado. Harvey había mostrado el camino que llevaba a la tierra prometida de los megadólares, pero la cuestión era saber si sus competidores cosecharían los beneficios antes que él. Las compras ya no eran un juego divertido, sino un negocio terriblemente serio, y fallar una sola película, como hizo Safford con *Shine*, podía costar el puesto de trabajo.

Ese año el festival fue tan demencial, que incluso asistió Soderbergh con *The Daytrippers,* de Gregg Mottola, película que el director había coproducido y que Sundance había rechazado. Dice la otra coproductora, Nancy Tenenbaum, también productora ejecutiva de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* y, más tarde, de *Los padres de ella*: «Que la rechazara Sundance fue el beso de la muerte para esa película. Tenía su lado negativo, y después todo el mundo pensó que no era muy buena.» Los directores pensaron que *The Daytripper*s se había convertido en víctima de la enemistad de Soderbergh con Redford. Sin embargo, la película fue aceptada por Slamdance, entonces en su segundo año. Slamdance se había iniciado como una celebración no oficial, de guerrilla, destinada a llenar el vacío que

dejaría Sundance cuando este festival se aburguesara. Se organizaba en Park City durante el festival de Redford, y sólo aceptaba óperas primas, y de éstas solamente aquellas que no tenían distribución. Redford no había reaccionado con elegancia a la aparición de este advenedizo. El actor se quejaba agriamente de que Slamdance era «un festival que se nos había pegado como un parásito». Dice Lory Smith, ex empleada de Sundance: «No es ningún secreto que Sundance intentó echar por la fuerza a Slamdance de Park City... Fueron al ayuntamiento a proponer una ordenanza que impidiera celebrar dos eventos cinematográficos al mismo tiempo. Trataron de sugerir que Park City no podía manejar semejante afluencia de gente.» Para algunos, Slamdance seguía enarbolando la bandera del viejo festival, el que aún podía distinguirse de un concesionario de Mercedes Benz.

Soderbergh venía boicoteando Sundance desde su contratiempo con Redford por *Quiz Show* y *El rey de la colina*, y no había asistido a las ediciones de 1993, 1994 y 1995. «Respondí al espíritu de banda de garaje de [Slamdance]», recuerda el director. «La –inadecuadareacción oficial de Sundance fue violenta y negativa: "Oh, son unos parásitos, bla, bla, bla." Y yo pensé: Ya, ya. La idea en la que se sostienen los independientes no espera que le den permiso para nada, y no acepta un no por respuesta. Así fue como empezaron los eventos satélite en Cannes; por lo tanto, no lo entendía. Cuando Sundance rechazó *Daytrippers*, dije: "Vayamos a Slamdance."» La participación de Soderbergh confirió a este festival de guerrillas una credibilidad inmediata, y para los que hicieron *Daytrippers* fue una pequeña venganza. Sin embargo, la alegría no duró mucho. En palabras de Tenenbaum, a *Daytrippers* «volvieron a joderla. Recibimos una oferta de Trea Hoving, que dijo algo así como: "Tenéis una oferta, no hay nada más que hablar; definitivamente será de al menos un millón, es posible que más. Hemos decidido estrenar esta película. Luego la vio Harvey y pasó. Habíamos basado toda nuestra estrategia en la negociación con Miramax, después ya no podíamos regalar la película.»

Las repercusiones del desastre llamado *Shine* tardaron meses en desaparecer. Safford había sido uno de los privilegiados de Miramax,

pero después nada volvió a ser como antes. De todos modos, su contrato estaba a punto de terminar y él estaba preparado para marcharse. «Me cansé de presentar proyectos que languidecían en el estante o no conseguían en el mercado el empujoncito que necesitaban», dice. «No era así como yo quería llevar mis actividades comerciales. Vi maltratar a muchos directores y a muchas películas. En el estreno de *Llanto por la tierra amada,* Harvey abrazó en el escenario a Anant Singh, el productor, y dijo: "Este hombre es mi hermano." Para mí, la gota que colmó el vaso fue ser testigo del intento de conseguir, a espaldas de Anant, los derechos de un proyecto que él había anunciado pero que aún no era del todo suyo; ahí había una rendija por la que Miramax podía colarse y conseguir los derechos. Eso era, en el fondo, hacerle una putada a una buena persona. Yo veía cómo trataba Harvey a la gente, los insultos, lo vi incluso hacer llorar a unos ejecutivos muy eficientes.»

Los hermanos, que valoraban la lealtad por encima de todas las cosas, nunca vieron con buenos ojos a los que abandonaban el búnker. Irse de Miramax era un mal ejemplo para los que se quedaban, y los Weinstein estaban convencidos de que los fugitivos le pasarían al enemigo los secretos de la casa. Sintiéndose más víctima de un pecado que pecador, convencido de que lo habían acusado injustamente por la pérdida de *Shine*, Safford no se molestó en comunicarles a los Weinstein su inminente partida.

El American Film Market, que se celebra la tercera semana de febrero, es una meca para todos los compradores extranjeros del mundo, para todos los distribuidores y todos los aspirantes a cineastas y, también, para decenas de periodistas. En otras palabras, no era un lugar para verse en un aprieto, ante unos malévolos competidores, por culpa de un entrometido que trabaja para ti. Weinstein y Safford estaban sentados uno junto al otro en un sofá de la suite de Miramax cuando aquél dijo algo así como: «Me he enterado de que has aceptado un puesto en Fox.» Safford respondió: «Sí, lo he aceptado.» Furioso al ver que Safford se marchaba sin decirle nada, Harvey estalló, le arrancó el distintivo que llevaba cogido con un alfiler en la solapa e intentó asestarle un

revés, cogiéndolo por la barbilla con el dorso del puño, tras lo cual soltó una sarta de insultos. («Otra vez me porté mal», dice Weinstein. «Sí, le arranqué el distintivo, pero no lo toqué.») Luego, tanto Safford como Weinstein cogieron el teléfono. Safford llamó a su abogado; Harvey, a McGurk, en Disney, para que apagara el fuego. Muchos habrían considerado este incidente, en el que se vio envuelto el copresidente de Miramax, como una invitación a sacarle una renta vitalicia, pero, para gran alivio de Harvey, Safford sorprendió a todos llegando a un arreglo insignificante. «Tiraron mis archivos a la basura, ya no me dejaron entrar en el despacho», dice Safford. «Sólo me llevé la agenda Rolodex y mis efectos personales.»

En febrero, casi un mes después de la clausura del festival, Redford dio a conocer su nuevo Sundance Channel, una empresa conjunta de Sundance Group, Showtime y PolyGram. La idea era llevar películas extranjeras a un público ávido de calidad, víctima de la prohibición de subtítulos que limitaba drásticamente la distribución de películas extranjeras por cable y vídeo; además, se proponía llevar las películas independientes a espectadores de los pueblos de Norteamérica que de otra manera nunca tendrían oportunidad de verlas. Como todas las empresas de Redford, Sundance Channel avanzó a paso de tortuga, y cuando finalmente se lanzó, un año después de la anunciada fecha de inicio, tuvo que intentar seriamente igualar a IFC, un derivado de Bravo más vigoroso, inteligente y de sesgo juvenil que había hecho su debut un año antes y se ocupaba de atender las carencias de un público similar. Hubo un momento en que los dos canales estuvieron a punto de llegar a un acuerdo para formar una empresa conjunta, una sola cadena en lugar de dos. «Pero Redford quería el control creativo, reservarse la autorización para todo», dice Jonathan Sehring, presidente de IFC. «En este negocio hay que moverse rápido. ¿Iba yo a creerme que una estrella de cine, que también era director,

prestaría atención a los problemas cotidianos a los que tiene que hacer frente la cadena?»

La desventaja de Sundance Channel se vio agravada por el hecho de que lo llevaba exclusivamente gente de la televisión por cable, que desconocía por completo el mundo del cine independiente o que no tenía conexión alguna con él, excepto Gilmore, que participaba como asesor a tiempo parcial. Dice un ex ejecutivo: «No tenían ni idea.» Nora Ryan, la presidenta, procedía de Showtime, y Dalton Delan, el vicepresidente de programación, de Travel Channel.

En efecto, Redford intentó microgestionar el canal tomando parte en las decisiones más nimias. Gilmore siempre se quejó de que Redford, artista en su juventud, y obsesionado con el diseño gráfico del póster del festival, el diseño del programa y las películas promocionales de Sundance que precedían a las películas, demostraba tener muy poco interés en las películas propiamente dichas. Asimismo, en el canal, más que la programación le preocupaba el diseño de los elementos que salían al aire, de los menús, los tráilers y cosas por el estilo. Por un lado, fue una bendición que dejara la programación en manos de los programadores, porque si se hubiera obsesionado por escoger las películas como se obsesionaba por los carteles, sencillamente no habría habido ni festival ni canal. Por otro, dice un programador: «Una parte enorme de lo que yo hacía, y que a mi entender era sumamente creativa, era casi invisible, como si no existiera. Era degradante.»

John Pierson había lanzado la idea de un programa semanal llamado *Split Screen*, acerca del salvaje e inestable mundo de los independientes, un programa pensado para que fuera un animado collage de entrevistas y clips, presentado por él mismo y centrado en la idea de que los directores son capaces de hacer cualquier disparate con tal de meter una película en la lata. Sin embargo, Pierson no consiguió atraer la atención de Sundance hasta que empezó a negociar con IFC, y luego, después de que Redford en persona le prometiera –dice élque el programa respetaría «su visión» y se emitiría también por MTV (Pierson quería enseñarles el evangelio *indie* a los jóvenes menores de veinte años que nunca

habían visto una verdadera película independiente), se fue con Sundance. En el programa piloto, un desesperado director confesó que había «montado» un accidente de tráfico para cobrar el seguro, dinero que luego invirtió en su película; otro, cómo lanzó su carrera con un currículum falso. El programa piloto incluía también metraje de una obra en marcha que a Pierson le entusiasmaba: *American Movie,* despiadado documental de Chris Smith acerca de los burdos intentos de un director llamado Mark Borchardt por lanzar su primer largometraje, una pasmosa película de terror sobre un aquelarre de brujas. En ese metraje se veía a Borchardt metiendo la cabeza de un actor en una alacena.

«Era, sin duda alguna, material de primera, y a todas luces muy gracioso», dice Pierson, pero «no pude obtener respuesta [de la gente de Sundance]; parecían un agujero negro». Lejos de encontrar divertida la anécdota del accidente de automóvil, Redford pareció temer que se considerase que el canal apoyaba la estrategia de burlar a las aseguradoras para financiar películas.

Aunque Redford es un privilegiado en muchos aspectos, no ha sido bendecido con un saludable sentido del humor. Era lo bastante inteligente para saber que el canal tenía que ser irreverente y moderno, pero la irreverencia y la modernidad no se le daban precisamente bien. Cada vez que los ejecutivos del canal lo intentaban, Redford criticaba sus esfuerzos tildándolos de «petulantes e inmaduros» o «pueriles». Siempre decía: «¡Sed graciosos, como Chéjov!» Y solía citar el catálogo de J. Peterman como ejemplo de la escritura sutil que a él le parecía inteligente. Cuando ya no sabían qué hacer, encontraron un ejemplar en eBay.com, pero no les sirvió de mucho.

Después de una espera de tres meses, llegaron noticias de Redford por mediación de Delan, cuando éste habló de *American Movie*: «Ésa no es la clase de director que queremos ayudar a promover», prosigue Pierson. «Y luego, por supuesto, pasan tres años, *American Movie* se termina de rodar, va a Sundance, causa sensación y por alguna razón se convierte, contra todas las posibilidades, en la imagen del espíritu independiente, en el mismo espíritu que Sundance afirma encarnar. Lo único que Redford quería

era hacerse amigo de Chris Smith y contarle sus batallitas sobre lo difícil que fue para él hacer *El descenso de la muerte.»*

Más que un artista frustrado, Redford era un ejecutivo de publicidad frustrado. Cuando insistía, como siempre hacía, en que quería tener el control «creativo» de los entes que funcionaban bajo la égida de Sundance, parecía querer decir que lo que de verdad quería era controlar el aspecto y la imagen, es decir, el envoltorio. *Split Screen*, el programa propuesto por Pierson, era, sencillamente, un anuncio publicitario que a Sundance no le convenía.

Al final, Pierson y Sundance partieron peras. «Me pasé seis meses con la familia Sundance, arrancándome el pelo.» Delan, no muy lejos de un goldwynismo clásico, anunció: «Dimos la orden de suspender todo lo relativo al desarrollo.» Justo antes del Día de Acción de Gracias de 1996, Pierson pasó a IFC, donde *Split Screen* se emitió durante cuatro años. (Pierson terminó utilizando el accidente como logotipo virtual de su programa.) Si en esos días alguien llamaba a la empresa de Pierson, oía en el contestador este mensaje: «Ha llamado usted a Grainy Pictures, el lugar donde las palabras "Sun" y "dance" nunca aparecen en la misma oración.»

Dimension, la división de Bob Weinstein, empezaba a acumular enormes beneficios. Justo cuando comenzaba Sundance 96, Dimension estrenó, en mil salas, *Don't Be a Menace to South Central While Drinking Your Juice in the Hood*, una película que recaudó cerca de veinte millones; una semana más tarde, el 19 de enero, Bob Weinstein estrenó *Abierto hasta el amanecer,* dirigida por Rodriguez a partir de un viejo guión de Tarantino. Antes de que terminase el año, *Abierto hasta el amanecer* recaudó aún más que la anterior: veintiséis millones. Parecía que todo lo que Bob tocaba se convertía en oro.

No obstante, para Harvey el año no podría haber empezado peor, con la humillante pérdida de *Shine,* la ridícula y muy pública pelea con Taplin y, luego, el sonoro «vete a la mierda» de Safford. Más

adelante, Harvey encontró una película que curó de sobra la herida abierta por *Shine*, una muestra de gótico sureño llamada *El otro lado de la vida (Sling Blade)*, escrita y dirigida por un original personaje llamado Billy Bob Thornton, que también interpretaba el papel protagonista. *El otro lado de la vida* se había rodado con un presupuesto de ochocientos noventa mil dólares, en veinticuatro días, a finales de la primavera de 1995. La película cuenta la historia de Karl Childers, un hombre al que –antes de la era de la corrección política– muy bien podría habérselo llamado el «tonto del pueblo». Karl está internado en un «hospital nervioso» por haber decapitado a su madre –con un instrumento afilado que «alguna gente llama *sling blade*»– cuando, de niño, la encontró copulando en el suelo de la cocina con el semental del pueblo. Sin embargo, y a pesar de las apariencias, no tardamos en enterarnos de que Karl es un buenazo, un bendito, un incomprendido Frankenstein campesino. Pese a su lado homicida, es un defensor de causas perdidas, generoso en el fondo; de un modo bastante inverosímil se hace amigo del homosexual del lugar (John Ritter). También traba amistad con un niño listo y rubio que, por casualidad, tiene una atractiva madre (Natalie Canerday), a su vez acosada por un novio muy molesto, un patán borracho y grosero interpretado por Dwight Yoakam. De vez en cuando, Karl suelta frases como «Creo que debo comer unos bizcochos. Gracias, ejem». El «ejem», su mantra, puntúa su discurso como el tictac de un reloj de cuco. El novio malo interpretado por Yoakam es el único personaje con un poco de inteligencia, y cuando grita «Si no os calláis todos, me voy a cortar la cabeza», es difícil no compadecerse de él. Cuando, al final, Karl pone la cuchilla de una segadora de césped en la carótida de Yoakam –algo que, en el universo moral de esta película, resulta curiosamente sancionado–, al cabo de dos horas de interjecciones proferidas desde lo más hondo de la garganta de Thornton, lo echamos de menos.

Larry Meistrich y su empresa, The Shooting Gallery, estuvieron a cargo de la producción ejecutiva. Cassian Elwes, agente de William Morris, que había trabajado en el lanzamiento del proyecto y conseguido la participación de Robert Duvall, cliente de Morris, en el papel muy secundario del padre de Karl, también representó la

película. Bowles, a quien le había gustado el guión, tras oír los rumores que corrían acosó a Meistrich para que se la dejara ver primero. El productor terminó dándole el gusto. Cuando la competencia protestó a gritos, Meistrich y Elwes cambiaron de opinión y organizaron dos pases, uno en Nueva York y otro en Los Ángeles, para todos los compradores. Como a los demás empleados de Miramax, también a Bowles le daba terror Harvey, y por eso le suplicó a Meistrich: «Larry, ¿quieres que me corten la cabeza y me la sirvan en bandeja? Me dijiste que por nosotros lo harías, eso fue lo que les dije. ¿Ahora me dices que no puedes? Además, Harvey tiene que estar en París el día de la proyección. Es demencial, el que pringa soy yo.» Elwes y Meistrich organizaron las proyecciones de Nueva York y Los Ángeles el mismo día a la misma hora, y aceptaron hacer una copia en PAL para Harvey y enviársela a París a las 00.30, para que pudiera verla al mismo tiempo que los compradores de Nueva York.

Cuando llegó el gran día, Meistrich se volvió hacia Elwes y dijo: «Muy bien; ahora te toca a ti. Vende la película.»

«¿Cuánto quieres por ella?»

«La verdad es que no puedo desprenderme de esta película como no sea por una suma bien alta, porque le he pedido a todo el mundo que aparezca. En Los Ángeles la proyección todavía no ha empezado, quemaría muchos puentes. Pidamos la cantidad más alta que podamos concebir.» La suma más alta pagada hasta la fecha eran los diez millones que Castle Rock acababa de desembolsar por *La historia del Spitfire Grill*.

Con el mensaje «bajo-la-piel-todos-somos-humanos» destilando por cada fotograma, con una veta sentimental ancha como el río Arkansas y una estricta adhesión a la fórmula del patito feo establecida por *Mi pie izquierdo, La boda de Muriel* y *Shine,* la película de Thornton estaba hecha a medida para Miramax, y a Harvey le encantó. Y pensó: Tengo que conseguir esta película cueste lo que cueste. Vio unos cuantos Oscars danzando ante sus ojos, y debió de ver también una oportunidad de darle una buena patada en el culo a Fine Line. Desde París, llamó a Bowles, que estaba en Nueva York, y le ladró: «Ya he visto media hora. ¡Es

fantástica! Un clásico americano. Esto no se nos puede escapar.» Luego llamó a Elwes, en Los Ángeles, y dijo: «¿Cuánto quieres por esta película?»

«Di una cifra.»

«Dila tú.»

«Fox Searchlight, Paramount Classics... todas ya han hecho sus ofertas. Siete, ocho millones.» Harvey pensó: Menudo farol. «¿Cuánto costaría en este momento?» «Diez millones.» Harvey se echó a reír, como si dijera: «Y un cuerno. Debes de estar...» Elwes lo interrumpió: «Muy bien, entonces vamos a esperar hasta que se proyecte en Los Ángeles.» El hombre que había perdido *Shine* quería cerrar el trato antes de que el resto de compradores viera *El otro lado de la vida.* «Volveré a llamarte.» Y Harvey volvió a llamarlo unos diez minutos más tarde, diciendo: «Estoy temblando, estoy temblando, pero tenéis el trato, ¡joder!»

«¡Hecho!» Cuando Bowles regresó a los despachos de Miramax, Scott Greenstein y Elwes, apostados en el cine Sunset 5 de Los Ángeles, donde acababa de empezar el pase, ya casi habían concluido las negociaciones y se dedicaban a atar cabos sueltos. Elwes sacó a Meistrich de la sala de proyección y lo llevó a la oficina de William Morris a firmar el contrato; luego regresó al cine como si nada hubiera pasado.

Thornton, el director, demasiado impaciente para quedarse quieto, decidió pasar el rato en el Wolfgang Puck Cafe, en el centro comercial de Sunset 5. Estaba tan ansioso por las posibilidades de su película, que incluso llegó a considerar la posibilidad de regresar a Arkansas. Elwes y Meistrich lo llevaron al aparcamiento subterráneo de Virgin Records. Meistrich le dijo: «Cassian tiene algo que decirte, Billy Bob.»

«¿De qué se trata?»

«Hemos vendido la película.»

«¿En serio? ¿Por cuánto?» Thornton calculaba que por uno o dos millones, con suerte.

«Diez millones.» El director, que había crecido en la miseria y seguía más o menos igual, no les creyó. Pero se puso pálido y rompió a llorar. La proyección acababa de terminar y todos los

compradores pisaban el acelerador cuando llegaron rumores de que Miramax ya había comprado *El otro lado de la vida*. Los compradores montaron en cólera: se repetía la historia de *El piano*. Después de toda esa sandez de organizar las proyecciones en la Costa Oeste y en la Costa Este, Elwes los había engañado, les había hecho perder el tiempo. Había montado un golpe, pero eso tenía un precio. A partir de ese momento gozó de la dudosa reputación de estar en el bolsillo de Harvey, y tuvo su merecido el año siguiente. Harvey lo llamó por el teléfono de manos libres a las cuatro de la mañana para hablarle de una distribuidora que estaba especialmente furiosa. Dijo, entre risas: «¡Eh, eh! ¡Tienes que ser muy rápido si quieres estar a la altura del gordo!»

Hasta ese momento, sólo un puñado de agentes se molestaban en preparar paquetes y representar a las películas independientes, pero el trato de *El otro lado de la vida,* cerrado inmediatamente después de *La historia del Spitfire Grill,* dio lugar a un auténtico frenesí. «No recibí el impacto hasta que me metí en la cama esa noche», recuerda Elwes. «No hacía más que pensar: diez millones, una cifra exorbitante. Nunca haré otro trato igual. Sin embargo, comprendí que tenía que participar en la venta de esos derechos, porque si los agentes podemos conseguir un porcentaje, entonces podemos hacer una fortuna. Hasta entonces, las agencias pensaban: Bueno, los independientes... Hacen una película por tres millones o menos; al cliente le pagan doscientos cincuenta mil y nosotros nos llevamos sólo veinticinco. ¿Para qué molestarse? Ese trato demostró que el cine independiente es un negocio en potencia. Y no sólo eso, sin también que podíamos convertir en estrellas a nuestros clientes independientes. Ese chico era un actor y guionista de televisión, de clase B; ahora es multimillonario. *El otro lado de la vida* cambió la manera de percibir el negocio de las compras, y también consiguió que los estudios prestasen atención a esas películas, les enseñó a no limitarse a leer los guiones y decir: "Sí, puede ser, no, no sirve", cualquier cosa.»

No obstante, en cuanto se firmó el contrato empezaron los problemas. Algunos artículos aparecidos en la prensa criticaron a Harvey por pagar demasiado. Él admite ahora: «Fue una estupidez.

De todas maneras, nadie estaba dispuesto a pagar diez millones. Y yo pagué demasiado.» Mosqueado por la mala prensa, y convencido de que la película era demasiado larga, Harvey se decidió, como mínimo, a cortarla. «Billy me dejó muy claro, como punto fundamental de la negociación, que el montaje final era muy importante para él, y Harvey se lo concedió», recuerda Meistrich. «Al día siguiente, Harvey decidió que quería anular esa cláusula. Dijo: "Tenéis que cortar veinte minutos." Eso no cayó bien. Miramax es una empresa que hace valer su influencia. Es como si dijera: «Muy bien, quiero que hagas esto y yo voy a darte eso; pero..., si no lo haces, esto es lo que voy a hacerte."» Thornton no quería cortar la película; por lo tanto, lo primero que hizo Miramax, según Meistrich, fue torturarlos con la entrega, alargándola todo lo posible porque, una vez aceptada, tenía que pagar lo estipulado. «The Shooting Gallery tenía un sector de servicios de producción», prosigue Meistrich. «Gente que nos contrataba para que nos ocupáramos de la entrega. Sabíamos lo que eso significaba, no éramos novatos. Miramax no quería pagar, ponían pegas a las más ridículas cuestiones gramaticales de los contratos. "Aquí tiene que poner punto y coma, no punto seguido», estupideces así. [Luego dijeron:] "Queremos otras tres películas de Billy." Era una negociación interminable, y seguían insistiendo en cortarla. Conseguir que Billy aceptara significó pasar un verano infernal. Yo tenía que moverme entre dos lunáticos.»

Recuerda Weinstein: «Hicimos una de esas proyecciones de sondeo que se parecía más a querer cortarse las muñecas que a cortar la película.» Pero en Thornton encontró la horma de su zapato. El director siempre estaba enfadado, descontento, deprimido, igual que Harvey. Prosigue el copresidente de Miramax: «Fue una relación tempestuosa. Yo era Angelina Jolie ante Angelina Jolie. Peleas de campeonato, como si no hubiera futuro.» Weinstein, que a menudo se refiere a sí mismo en tercera persona, dice: «Si Harvey era el revólver más rápido del Oeste, me había disparado tres veces. Dije: "¿No puedes dispararme sólo una vez?"» Añade Bowles: «Billy Bob tiene muy malas pulgas, no hay quien lo haga cambiar de opinión. Si le dices que haga algo, te manda a la

mierda.» Harvey llamaba a Thornton en plena noche, lo amenazaba con guardar la película en un sótano donde nunca la vería nadie. Gritaba: «Soy un judío gordo y peludo de Nueva York que vale ciento ochenta millones de dólares» –o una suma parecida– «y puedo hacer lo que se me antoje.» Dice Elwes: «Weinstein dijo: "Voy a vendérsela a HBO. No vas a conseguir el Oscar a la mejor película." Billy Bob respondió: «Me importa un carajo. Hice esa película para mí y para nadie más, la he visto y la he disfrutado, así que vete a la mierda. Puedes mandarla a vídeo o enterrarla para siempre, me importa un cuerno."» Thornton solía llamar a Harvey y decirle cosas como: «Te voy a clavar un tenedor en el cuello, cabrón. No eres tan duro como te crees, yo soy Billy Bob, ¿me oyes? Te voy a dar una patada en el culo y a tirar de un tren en marcha.»

«Eres un paleto sureño, un mierda, un ignorante.»

«Le voy a cortar la cabeza a un caballo y te la voy a meter en la cama.»

«Porque soy judío, ¿no? Di la verdad, Billy.»

«Sí, eres un asqueroso hebreo. Eres de esa tribu. Y aquí, en mi tierra, no nos gustan los hebreos.» Si hemos de creer a Harvey, en ese punto los dos se echaban a reír. Esas relaciones hostiles, como la que llegó a tener con Daniel Day-Lewis, se resolvían con besos y abrazos. Sin embargo, según Meistrich, éste no fue el caso. «Esas peleas no tenían final feliz, ni besos ni abrazos ni nada parecido. Eran una serie de batallas largas y desagradables. Amenazas y más amenazas por ambas partes. Llegó incluso a ser físico. En un hotel se liaron a empujones; el gerente y yo tuvimos que separarlos.»

Al final, Harvey logró convencer a Thornton para que cortase unos minutos. «Fue una guerra de desgaste, una batalla sin fin», prosigue Meistrich. «Billy ya empezaba a dedicarse a otra cosa.» A decir verdad, la película, que avanzaba con la velocidad de la sangre por una arteria atascada de colesterol, necesitaba que le quitasen, como mínimo, veinte minutos. Pero Harvey nunca consiguió todos los cortes que quería y Thornton nunca le clavó un tenedor en el cuello. Dice Elwes: «Necesitaban a Billy para que promocionara la película. Además, querían mantener la relación con él para poder manipularlo todo el tiempo.» Otra persona que vivió de cerca esta situación lo

expresa de esta manera: «[Los Weinstein] pagan a la gente para caerle bien. Y para eso le pagaron a Billy. Como si dijeran: "Voy a joderte, pero te pagaré todas las facturas de tres años."» (Miramax niega haber «jodido» a Thornton y señala que todos los estudios tienen esa clase de tratos.)

El otro lado de la vida no fue la única película que acaparó Miramax, cuyo equipo de compras no funcionaba ya sin horas extras. *Trainspotting* había sido un gran éxito en Inglaterra y Harvey compró los derechos para Norteamérica. Fox compró los derechos de *Una historia diferente, de amor, secuestros y otros (A Life Less Ordinary)*, la siguiente película del director Danny Boyle. Harvey no tenía ningún derecho sobre Boyle, pero quería una parte de la nueva película. Bill Mechanic, que seguía siendo jefe del estudio, recibió una llamada de Jeff Berg (ICM), que representaba a Boyle. Según Mechanic, Berg dijo: «Harvey la quiere, ¿cedes los derechos?»

«No me importa lo que Harvey quiera», respondió Mechanic. «Él no la compró, yo sí.» Mechanic pensó: Es una petición estúpida. Berg preguntó: «Te lo pido como un favor, habla con él. Así hago mi trabajo.»

«Jeff, esto no va a terminar bien, pero de acuerdo, puede llamarme.»

Y Harvey lo llamó: «Nos merecemos la mitad de esta película. Divide los derechos.»

«Pero si ni siquiera tengo todos los derechos. Sólo tengo los derechos para América y un par de territorios.»

«Bueno, divide lo que tengas. Nosotros hicimos a Danny Boyle; nos lo merecemos.»

«Con todo respeto, Harvey, tú no has tenido nada que ver con este chico.» (PolyGram había financiado *Trainspotting* y Miramax todavía no la había estrenado en los Estados Unidos.)

«Muy bien. ¡Entonces no estrenamos la película!», dijo Harvey, pensando que así le haría daño a *Una historia diferente*.

«Perfecto. Vete a tomar por culo, no me importa. Es tu problema, no el mío, yo tengo una historia de amor; tú, una de drogas, y lo que haces no tiene nada que ver con lo que yo hago. Si prefieres tirar tu dinero a la basura, adelante.»

«¡No haremos campaña para el Oscar!»

«Magnífico. Me importa un bledo.»

«Quiero tener la mitad de esa película, quiero tener la mitad de esa película.»

Mechanic recordó que, cuando todavía trabajaba en Disney y Miramax estrenó *El piano*, Harvey había hecho uso de una opción de compra para la siguiente película de Jane Campion. Y le dijo: «Muy bien. ¿Aún tienes los derechos de la siguiente película de Campion? Te daré la mitad de *Una historia diferente*, signifique lo que signifique, pero quiero los derechos internacionales de la siguiente película de Jane Campion.»

«¿Harías ese trato?»

«Sí, claro.»

«Te llamaré.»

Dice Mechanic: «Por supuesto, nunca volví a saber nada de él. Siempre hace estas cosas. Con los años, Miramax se volvió más y más prepotente. En este negocio no se castiga la mala conducta, y la de ellos mucho menos. La gente pasa y dice: "Hacen muy bien lo que hacen." Y es cierto.»

Miramax estrenó *Trainspotting* el 19 de julio; la película recaudó unos muy jugosos 16,5 millones.

A finales del verano, la edición de 1996 del Festival de Cine de Nueva York invitó a *El otro lado de la vida*. En cuanto el equipo de márketing de Miramax descubrió la historia de Thornton, supieron que habían dado con algo «real». Thornton era –o, al menos, podían conseguir que pareciera– un *auteur* descalzo, «el Orson Welles aldeano», como lo llamaba su amiguete Robert Duvall, un director mucho más fascinante que la película, que en el fondo era un sensiblero himno a la basura blanca. Con su manera de arrastrar los pies; con sus ¡ay! y sus ¡caray! y unos tatuajes que eran un auténtico mapa de carreteras; con su bagaje de tics y su talento para las citas cortas, Thornton estaba hecho a medida para el circuito de debates de trasnoche. Lo hermoso era que la mayor parte de todo ese colorido era verdad.

Thornton tenía cuarenta y un años cuando vendió *El otro lado de la vida*. Puede afirmarse, por tanto, que saltó de las colinas y valles

de Arkansas, de un pueblo llamado Malvern. E incluso allí era un raro. «Nos criamos en los bosques», decía. «No encajábamos. En Arkansas somos una especie de familia Adams.» Su infancia no había sido muy distinta de la de Karl, el personaje que él mismo interpreta en la película, un ganso, un bicho raro con unas gafas de culo de botella y unos dientes superiores sacados directamente de *La mula Francis.* Tom Epperson, amigo de infancia y coguionista, solía llamarlo «Silly Slob», el vago tonto.

En 1981, Thornton y Epperson pusieron rumbo a Hollywood. No tenían amigos en la industria, ni un primo en Warner ni un tío en una agencia, por lo cual casi se murieron de hambre. La nube negra que siempre pareció cernirse sobre la cabeza de Thornton no facilitó las cosas. Su hermano mayor murió de un infarto de miocardio, y él mismo desarrolló una dolencia cardíaca de difícil diagnóstico. Luego se le incendió la casa. «No sé por qué siempre tengo tanta mala suerte», se preguntaba el director, retóricamente. «La lucha humana, alguna mierda así... No paro de preocuparme, muchas de mis decisiones se han basado en mi nivel de preocupación... A veces me pongo a gritar, furioso. Maldiciones. Estoy en un cine, viendo una película, y de repente me pongo de pie y empiezo a gritar. Y encima, tengo un poco de síndrome de Tourette, supongo.»* Tuvo una época tan pobre que se pasó semanas seguidas comiendo sólo patatas.

Thornton pagó el alquiler de su piso interpretando papelitos en basuras químicamente puras como *Chopper Chicks in Zombietown* o en películas para televisión por cable, como *The Man Who Broke 1,000 Chains*. No era divertido. Un día, entró en la caravana y se miró al espejo. «Rezumaba odio a mí mismo», recordó más tarde. «Me miraba, hacía muecas y decía: "¿Qué estás haciendo aquí, Billy Bob? ¿Por qué aceptaste esta estupidez? Eres un fracasado, nunca vas a llegar a ninguna parte." Siempre me sentí un paria, y siempre me sentí más feo de lo que soy.» De este brebaje tóxico surgió, como un homúnculo, el personaje de Karl.

Poco a poco, Thornton y Epperson empezaron a salir del pozo. Primero escribieron *Un paso en falso*, un guión que se rodó en 1990 y en el que Thornton interpretaba a un camello. Recuerda: «Nos

dejamos la piel haciendo *Un paso en falso*, lo hicimos todo gratis, nos esforzamos por hacerlo bien. Al final se estrenó, y una semana más tarde los agentes empezaron a llamar y a decir: "¡Buenas noticias! ¡TriStar quiere hacer una nueva versión pero con grandes estrellas!" No tuve más remedio que gritar: "¡Imbécil! ¿Tienes idea de lo que es un insulto?" El tipo dijo que no entendía por qué me cabreaba de ese modo... No soy un rebelde de Hollywood, pero ese lugar es un asco.»

En el Festival de Cine de Nueva York, a *El otro lado de la vida* se sumó *Secretos y mentiras*, la nueva película de Mike Leigh, distribuida por October, la distribuidora que también había comprado *Rompiendo las olas*, de Lars von Trier. En el Festival de Berlín de 1995, Bingham Ray había aguantado estoicamente *The Kingdom*, la *opus magna* de cinco horas y media del excéntrico director danés; todos los demás compradores desaparecieron durante el intervalo, aburridos y con cara de sueño. Sin tener la menor idea de cómo iba a venderla, Ray compró *The Kingdom* por ciento cincuenta mil dólares, añadiendo así a Von Trier y su Zentropa Films a la creciente escudería de directores de October, que a esas alturas ya incluía a Mike Leigh, David Lynch y Abel Ferrara, que disfrutaba entonces de una breve temporada al sol.

Tras la venta de *The Kingdom*, Zentropa le envió a Ray el guión de *Rompiendo las olas*, la extraña historia de una muchacha inocente cuya vida recorre el corto tramo que va del amor extasiado a la degradación sexual. Ray sabía que Von Trier idolatraba a Carl Dreyer, y consideró esta película como su *Juana de Arco* particular. «Lo cual me intrigaba muchísimo», dice. «Y también encajaba en el perfil de la compañía, no había nada que se le pareciera. Era única.» Ni Amir Malin ni John Schmidt lo entendieron, pero Ray insistió: «¡Vamos a hacer esta maldita película!» Ese año, en Cannes, puso ochocientos mil dólares del dinero ganado con mucho esfuerzo por October para comprar los derechos para Norteamérica. Un verdadero plus era el reparto: Gérard Depardieu interpretaría el papel de Jan, el protagonista masculino, y Helena Bonham Carter, «HBC» como la llamaba Mike Leigh, el papel de Bess, el centro emocional de la película. Sin embargo, una semana después de Cannes, Zentropa

llamó para dar una mala noticia: HBC había desaparecido, y si October quería hacer lo mismo, ellos lo entenderían. Ray le preguntó a Von Trier: «¿Con quién vas a reemplazarla?»

«Prefiero que sea una desconocida.»

«¿Qué desconocida?»

«Una actriz inglesa, me gustó la cinta de la prueba. Se llama Emily Watson y hará de Bess.» En ese momento no podía enviar una foto de Watson, y tampoco tenía una biografía, nada, pero a Ray no le importó mucho. «Tras ver cómo resucitaba la carrera de Linda Fiorentino con *La última seducción*, siempre me pareció mucho más emocionante trabajar con directores y actores que nadie ha visto antes o que llevan mucho tiempo sin aparecer», dice. «Son de última generación; para mí, eso es lo mejor.» Y siguió adelante.

Nueve meses más tarde, Ray voló de Berlín a Copenhague para ver *Rompiendo las olas*, que ya estaba lista. «Me dejó anonadado», recuerda. «Ahí no hay nadie contigo, sólo sabes que estás delante de algo muy especial, y que es tuyo. Qué era, cómo funcionaría, si íbamos a perder dinero o ganar dinero..., lo único que sabía era que sería una experiencia magnífica.»

October sometió al comité de selección del Festival de Cannes *Rompiendo las olas*, junto con S*ecretos y mentiras.* El festival aceptó las dos, y las dos obtuvieron la aclamación de los críticos y de los miembros del jurado por igual. Dice Ray: «Cuando fuimos a Cannes éramos, en cierto modo, una especie de equipo; cuando nos marchamos éramos otra cosa.»

En septiembre de 1996, *Secretos y mentiras* se proyectó en el Festival de Cine de Nueva York con unas críticas muy entusiastas. La película de Leigh se estrenó el 27 de septiembre, con muy buena taquilla el resto del año. *Rompiendo las olas* se estrenó en noviembre, sin pena ni gloria, en una de las grandes salas Loew; bajó de cartel dos semanas más tarde para pasar al Talbot's Lincoln Plaza, donde duró varios meses.

Miramax estrenó *El otro lado de la vida* y *Citizen Ruth* en diciembre con la intención de que las tomasen en consideración para los Oscar. Aunque los hermanos seguían comprando películas potencialmente polémicas, como *Trainspotting* y *Citizen Ruth*, lo

hacían con mucho menos entusiasmo y, a menudo, como fue el caso de *Citizen Ruth*, no conseguían estrenarlas de manera oportuna, si las estrenaban. Miramax retuvo *Citizen Ruth* casi un año, hasta después de las elecciones presidenciales de 1996, porque –sospechaba Jim Taylor, el coguionista de Payne– Harvey pensaba que el tema era demasiado polémico y que podría ser un engorro para Bill Clinton, y a Harvey le había entrado una ardiente pasión por Clinton. Demócrata de toda la vida, había comenzado a considerarse un actor en el escenario político nacional, e ingresado en el círculo de Bill y Hillary como recaudador de fondos después de las primarias de New Hampshire. Pronto se lo pudo ver en actos sociales durante los veranos que pasaba en Martha's Vineyard.

Cuando se acercaba la fecha de estreno, el departamento de márketing de Miramax intentó vender *Citizen Ruth* como comedia descabellada. El anuncio, por razones que sólo comprende la empresa, presentaba a Dern caracterizada como Estatua de la Libertad, mostrando una ancha sonrisa y blandiendo una lata de pegamento en lugar de una antorcha. Dice Payne: «Te envían carteles para que te los mires y al final hacen lo que se les antoja. "Nosotros hicimos tal película, nosotros hicimos tal otra, no vengas ahora a decirnos lo que tenemos que hacer." El director es el último en enterarse. Por ejemplo, la gente me pregunta: "¿Qué presupuesto tiene su película?" Y yo sigo sin saberlo. Nunca te lo dicen, encubren todas sus maquinaciones. De acuerdo, puede que sepan algo que yo no sé, pero lo que sí sé es que el truco del anzuelo casi nunca funciona, y también sé que, si le pones una cara feliz a las películas más negras, a las más realistas –para mí, aquí realista sólo significa negra–, a películas que no participan de los mitos embellecidos sobre la manera de vivir de la gente, lo que haces es desconectar de tu verdadero mercado. En el caso de mis películas, y hablando desde un punto de vista egotista, diría que son del género Alexander Payne, me encanta la idea de que sean difíciles de clasificar. Es una pena que también terminen siendo difíciles de vender.»

Añade Konrad: «Lo cierto es que creo que Harvey prometió promocionar la película, y también a Laura Dern, una promesa que

al final no cumplió. Pero también creo que no se puede esperar que alguien siga poniendo dinero en algo cuando nada ni nadie lo respalda. El márketing es el momento más importante de la vida de una película. Las películas viven o mueren según la capacidad que alguien tenga para crear un mundo en el que puedan salir a la luz. Harvey era famoso porque cogía películas que nadie sabía cómo vender y las convertía en oro. Tenía una capacidad asombrosa para comprar las películas más difíciles y, de alguna manera, dar a entender que, si no las veías, te perdías el acontecimiento del siglo. Por eso querías creer que también haría magia con tu película, y era difícil de entender cuando parecía estar trabajando mejor para otros. Durante un tiempo surfeabas en la ola "yo sé lo que hago", pero algo te reconcomía por dentro, algo te hacía sentir que Harvey no estaba de verdad cumpliendo, aunque tampoco yo, ni Alexander, tuviéramos una solución.»

Tanto Payne como Taylor pensaban que la interpretación de Dern era material para un Oscar pero, desde el punto de vista de ambos, Miramax había decidido invertir en *El otro lado de la vida* y dejar en la estacada a *Citizen Ruth*. Dice Taylor: «Me indigné porque algunas películas que vi y que me parecieron totalmente marginales recaudaron el triple. Habría sido muy bonito permanecer más tiempo en cartel y ganar algunos premios. Pero no me sentí timado ni estafado. Mis expectativas nunca son muy altas.» *Citizen Ruth* sólo recaudó 1,5 millones. «No recibí ni una sola carta de protesta por *Citizen Ruth,* ni una», concluye Payne con sorpresa. «Espero que estemos entrando en una época en la que las películas lancen granadas, en que cuestionen y no solamente apoyen el *statu quo*, porque eso era lo que solíamos ver en los años setenta, películas que lanzaban granadas. Era como decir: ¿Qué he hecho mal?»

El otro lado de la vida obtuvo buenas críticas, pero pasó sus apuros. El póster y los anuncios presentaban una película de Thornton como Karl. La reacción: «¿Quién es ése? ¡Aaaay!» Recuerda Harvey: «Pasabas ese anuncio mientras Billy decía: "Ejem, ejem", y la gente decía: "No pienso ir a ver esta película." Yo sabía que cualquier toma de Billy en el personaje era la muerte. Las recaudaciones fueron espantosas.»

Miramax creía que *El otro lado de la vida* podía obtener dos o tres nominaciones, pero sus más caras esperanzas las había depositado en *El paciente inglés,* nacida en 1994 como producción de Saul Zaentz. Fantasy Films, la empresa de Zaentz, se encuentra en la zona de la bahía de San Francisco. Como los Weinstein, Zaentz había empezado su carrera en el mundo de la música, y como Harvey, era un personaje ferozmente independiente con una inclinación por proyectos muy suntuosos y espléndidamente montados, si bien con una producción frugal, basados en prestigiosas obras literarias que atraían a la Academia, lo cual le permitía cosechar nominaciones a los Oscar y, a veces, como en el caso de *Alguien voló sobre el nido del cuco,* incluso el Oscar a la mejor película. Dice Jeremy Thomas, productor de Bernardo Bertolucci: «Saul, como todos nosotros, es un bucanero, uno de esos faros que espero llegar a ser yo algún día.»

Zaentz era un hombre de fuertes opiniones que veía el mundo en blanco y negro. Como él mismo dijo una vez: «Mis amigos son mis amigos y mis enemigos son mis enemigos.» Uno de sus amigos era Anthony Minghella.

Hombre bajito y cuadrado, con la cabeza afeitada y los ojos ocultos bajo gruesas gafas de sol, Minghella, de padres italianos, creció en la isla de Wight. Pese a su acento británico, tiene un aire de etnia indeterminada –podría ser de cualquier parte, menos de Inglaterra–, y después del 11-S no podía dar dos pasos en un aeropuerto sin que lo detuvieran y lo registraran. Minghella es un hombre culto, muy buen conversador, apasionado por la música y la poesía, cosmopolita en el mejor sentido de la palabra. Aunque Zaentz es agresivo y Minghella algo más afectuoso, los dos hombres tenían muchas cosas en común. Como Zaentz, Minghella era un seductor nato, animado comensal con historias que siempre cautivaban a los oyentes.

Cada cual se veía a sí mismo medio reflejado en el otro. «Acababa de estrenarse *Jugando en los campos del Señor*; fue un desastre. Y él fue tan fuerte, tan decente, que me impresionó», dice Minghella al recordar uno de sus primeros encuentros con Zaentz. «En un momento de completo fracaso, Saul dijo: "Esta película representa

muchos años de mi vida, un proyecto en el que creí profundamente, pero no funciona." Fue muy estoico.»

Minghella, que también acababa de probar el sabor del fracaso, observó, naturalmente, que Zaentz no le echó la culpa a Héctor Babenco, el director; en cambio, sentía que Warner Brothers sí le echaba la culpa a Minghella por *Un marido para mi mujer*, su segunda película. Sin querer, se había adentrado por un camino recorrido por muchos independientes antes que él, dejando que lo cautivaran y luego lo convirtieran en el juguete de un estudio intrigado con su primer filme, *Truly, Madly, Deeply*. La experiencia había terminado mal, y socavado la confianza en sí mismo. «El estudio dejó de confiar muy pronto en mi capacidad para hacer una película», recuerda. «Yo vivía en un estado interminable de ansiedad cada segundo del día. Cuando terminé me fui a casa y tomé la decisión de no volver a filmar otra a menos que pudiera hacerla como yo quería.» Ésa es la razón por la cual instintivamente se acercó a Saul, porque sabía que el mantra de Zaentz era apoyar a los directores; en cierto sentido, cuanto más proscrito era el proyecto, más le atraía. «Saul tiene el don especial de inyectarte confianza en ti mismo. No le resulta difícil extrapolar de la pequeña película que yo había hecho a una más grande que podría ser capaz de hacer. En cambio, a mí me costaba muchísimo imaginarlo.»

Zaentz le preguntó a Minghella si estaba dispuesto a escribir y dirigir su nuevo proyecto, *El paciente inglés*, adaptación de una difícil y porfiadamente anticinematográfica novela homónima de Michael Ondaatje. El productor siempre había financiado sus propias películas gracias a una combinación de dinero propio –por lo general, los beneficios de su película anterior– y ventas al extranjero. Luego vendía a un estudio, por el coste de la producción, los derechos norteamericanos de la película terminada y se reservaba para él un porcentaje de la participación en la distribución. Sin embargo, como dice Minghella, después de *Jugando en los campos del Señor*, Zaentz «había decidido no volver a arriesgar de la misma manera», lo cual significaba estar casi enteramente a merced de la financiación externa. Desde el punto de vista de los estudios, *El paciente inglés* no era una buena apuesta. Antes bien, era una

costosa película de época (con un presupuesto de cuarenta millones) ambientada en la Segunda Guerra Mundial con exteriores en Italia y África. El director tenía poca experiencia, y el reparto –Ralph Fiennes y Juliette Binoche– carecía a todas luces del atractivo de los Tom Cruise y las Julia Roberts que hacían latir con fuerza los corazones de los ejecutivos. Además, estaba la historia que contaba: un hombre con serias quemaduras, confinado en su lecho de enfermo, le cuenta historias a una enfermera francesa en una villa italiana en ruinas. «No era un argumento muy gracioso», dice Minghella. «En todas partes tropezábamos con una cordial indiferencia. Yo tampoco la habría comprado.»

Zaentz puso en juego la pelota con cinco millones de su bolsillo y, tras hacer la ronda de los estudios, terminó en Fox. Después de unas agrias peleas por el presupuesto, el guión y el reparto, Mechanic compró por veinte millones de dólares los derechos en lengua inglesa. Los preparativos para el rodaje de *El paciente inglés* comenzaron en el verano de 1995. Se buscaron lugares de rodaje en Italia, el vestuario se diseñó en Londres, etcétera. Como era habitual en sus películas, Zaentz convenció al equipo y a los actores –entre los que ahora figuraban también Kristin Scott Thomas y Willem Dafoe– para que aplazaran el cobro de sus honorarios. Aceptaron, como siempre, porque Zaentz hacía películas de calidad y tenía reputación de honrado. Todos, de Ralph Fiennes para abajo, incluidos el montador de sonido Walter Murch, ganador de un Oscar, y Ann Roth, la diseñadora del vestuario, redujeron sus honorarios a la mitad. En total se aplazaron salarios por un importe de siete millones de dólares.

Lo que ocurrió después sigue envuelto en una niebla de memoria selectiva y resentimiento que tardó mucho en disiparse. Según Minghella, Fox no hizo más que ir reduciendo su nivel de apoyo, y Zaentz no pudo compensar la diferencia vendiendo el resto de los derechos extranjeros. Al final Fox canceló el proyecto y los preparativos se interrumpieron. Mechanic lo niega, y dice que Zaentz no consiguió reunir el resto de la financiación, lo cual le impidió seguir adelante. Sydney Pollack, amigo y posterior socio de Minghella, y el productor Scott Rudin, llamaron a Harvey Weinstein.

Los hermanos ya habían pasado porque no querían pagar el precio de salida que Zaentz pedía por los derechos para los Estados Unidos. Pero la situación había cambiado: liquidación total por incendio. Dice Pollack: «Llamé a todo el mundo cuando Anthony me dijo que *El paciente inglés* se iría a pique. Nadie la quería. Harvey dio un paso, puso el dinero y la promovió con todo.» Recuerda –con un punto de vista más cínico– Cassian Elwes, que participó porque Minghella era cliente de William Morris: «Miramax había estado revoloteando, esperando hasta que el proyecto se viniese abajo para poder hacer su entrada y arramblar con todo; una jugada clásica.» Convenció a Fox para que regresara. Elwes prosigue: «Cuando los de Miramax se enteraron de que Fox estaba a punto de cerrar el trato, se pusieron furiosos y enviaron a Scott Greenstein a Los Ángeles. Le ordenaron que no se fuera de nuestro despacho antes de cerrar un trato por toda la película.» Miramax compró los derechos mundiales por unos veintiocho millones de dólares. Harvey insistió en que se aplazaran sueldos por un total de 2,5 millones más, lo cual significaba que Minghella, por ejemplo, aplazaba casi cuatro quintas partes de su sueldo.

Tras la compra de *El paciente inglés*, cuando Weinstein y Zaentz parecían dos tortolitos, Peter Jackson –cuya película *Criaturas celestiales* había distribuido Miramax– le dijo a Harvey que quería hacer *El señor de los anillos*. Zaentz tenía los derechos desde hacía treinta años y no quería venderlos. Según Jackson, Harvey dijo: «"Eso es fantástico. Conozco bien a Saul, hablaré con él." Weinstein hizo algo que todos consideraban imposible.» En palabras de Harvey: «Saul estaba enamorado de mí. Le convencí para que vendiera los derechos. Consiguió una gran parte del trato como productor ejecutivo, y sin invertir un céntimo. Yo puse diez millones para el desarrollo de la película.»

El plan: dos películas de tres horas con un presupuesto de setenta y cinco millones para ambas (la primera coproducción MiramaxDimension). Basándose en los presupuestos de sus trabajos anteriores, Jackson y Fran Walsh, su socia, creyeron que podrían hacerlo. Con el dinero de Miramax pagaron la mayor parte de los preparativos: búsqueda de lugares de rodaje, maquetas de los

edificios, diseño y dos guiones en el curso de unos dieciocho meses. Sin embargo, una vez terminados los guiones, quedó claro que el presupuesto se aproximaría a los ciento cuarenta millones, mucho más del límite de Miramax. «Disney no creía en ese proyecto, y sus ejecutivos no estaban dispuestos a darme el dinero para esa película», dice Harvey. Y prosigue Jackson: «A Miramax le entró el pánico. Bob Weinstein se puso furioso porque nos habíamos gastado todo su dinero, estaban en un atolladero. Bob no entendía el proyecto y no confiaba en él. Su falta de confianza estaba desgastando a Harvey, que intentaba seguir dándonos su apoyo. Había veladas amenazas de llevarnos a juicio; llegué a pensar que a Bob le habría encantado lanzarnos encima a sus abogados para intentar atraparnos en un infierno jurídico, pero Harvey intervino con ánimo moderador.» «El gordo» hizo que su gente redujera a uno los dos guiones de Jackson y Walsh, diciendo: «Ya estamos demasiado metidos en este proyecto para retirarnos, pero no podemos gastar más de setenta y cinco millones.» Prosigue Jackson: «Fran y yo nos horrorizamos, sostuvimos que de ese modo terminaríamos haciendo una película que decepcionaría seriamente a todos los que hubieran leído *El señor de los anillos*. Pero no quisieron saber nada. Harvey dijo que no quería que yo participase en el guión. Pensaba que yo era el impedimento, y pensaba enviar a Nueva Zelanda a Hossein Amini, el guionista de *Las alas de la paloma*, para que trabajase en el guión con Fran. Por supuesto, Fran puso los ojos en blanco y me miró como diciendo: Eso no va a pasar. Luego dijo: "Peter, si no quieres verte envuelto en esto, no te preocupes; John Madden está en la cola, dispuesto a entrar y relevarte." Tenía un plan en el que Hossein Amini escribiría el guión y John Madden dirigiría la película. Nos fuimos; decidimos que no queríamos hacer eso. Sabíamos que esa decisión podía significar el final de nuestra carrera, pero pensamos: Siempre podemos hacer telefilmes.» Ken Kamins, de ICM, el agente de la pareja, le dijo a Harvey: «Van a abandonar, pero tú tienes que hacer una cosa. Fueron Peter y Fran los que te trajeron este proyecto, no lo olvides. Han trabajado un año y medio. Como mínimo tienes que darles la oportunidad de vender la película en otra parte.» Harvey hizo lo correcto, pero puso unas condiciones

tan punitivas, que las oportunidades de obtener un buen resultado eran prácticamente nulas. «Le di a Peter la peor devolución de la historia porque no quería perder la película. Le di tres semanas y unas condiciones muy duras, incluido el cinco por ciento de la recaudación para mí y para Bob. Y, lo que es más importante, ¡le dije que quería todo mi dinero en el acto! Tenía que devolverme ahí mismo 10,1 millones de dólares. Eso no se hace nunca en una devolución, normalmente se espera a que la película esté terminada. Le dije a Peter: "¿Es éste el peor trato que puedes conseguir?" Y me contestó: "Es más que horrible." Le dije: "Nadie va a comprarla." Y entonces Bob Shaye dijo: "¡Sí a tres películas!"»

En el bombardeo de prensa que acompañó al estreno de *El paciente inglés* el Día de Acción de Gracias, la enmarañada historia del rodaje se convirtió en un seductor cuento de hadas –parte realidad, parte ficción– en el que un valiente *indie* llegaba montado en un blanco corcel para rescatar a la hermosa doncella de las zarpas del astuto rey de los estudios, que se disponía a violarla. Recuerda Mechanic: «De repente leí un artículo sobre cómo había aparecido Miramax cuando Fox intentó cargarse la película, cuando trató de hollywoodizarla», exigiendo a Demi Moore en el papel que finalmente fue para Kristin Scott Thomas. Prosigue: «Juro por mi vida –no soy mentiroso– que nunca se pronunció el nombre de Demi Moore. Demi Moore nunca trabajó en una película mientras yo estuve en Fox. Nunca se le ofreció una película, y mucho menos *El paciente inglés*. No somos estúpidos.» Mechanic cree que la historia de Moore era «una sarta de mentiras... probablemente más de Miramax que de Saul, aunque él estuvo de acuerdo y luego, siendo patológico, empezó a creérselo. ¡Una mentira total!» (Dice Minghella: «Sé que el nombre de Demi Moore se barajó siempre que se habló de un reparto alternativo.») Mechanic es aún más duro: «Anthony sonreía y decía: "No soy yo." Pero para mí, el culpable era él, podría haber dicho la verdad. Y si ahora vas y le preguntas a Saul, dirá que lo jodimos.» Sin embargo, no tardó en verse claramente que, si alguien jodió a Zaentz –lo que aún está por verse–, no fue Mechanic, sino Miramax.

8. NADANDO CON TIBURONES
1996-1997

• ***De cómo Dimension se abrió paso «a gritos»*** [*] ***hacia el oro de las taquillas y Robert De Niro no le hizo caso a Harvey mientras October se vendía a Universal y Steven Soderbergh tocaba fondo.***

El primer fin de semana de *Scream* fue un cambio de sentido que indicó hacia dónde se dirigía el tándem Miramax/Dimension y por qué hoy ya nadie puede hablar de sus grandes aportaciones a la cultura cinematográfica. Iban a desbancar a New Line, a ser peores que New Line.

JOHN PIERSON

Mientras Harvey lanzaba *El otro lado de la vida* y *El paciente inglés*, Bob curraba duro en Dimension, que a finales de 1996 estrenó películas como *El cuervo. Ciudad de ángeles* –la segunda parte de *El cuervo*–, que recaudó ocho millones de dólares, y *Hellraiser IV*, que recaudó nueve. Mientras tanto, un agente con el que una vez Cary Woods había hecho negocios le pasó al productor, *motu proprio*, un guión de Kevin Williamson llamado *Scary Movie*. Woods no era un fan de las películas de terror, pero a los de su oficio les encantó. Dijeron: «No te preocupes, no es de terror. Es muy divertida. Se ríe del género.» Y a Woods le pareció un guión perfecto para Dimension, por lo cual llamó a Bob y le dijo: «Tienes que

comprarlo.» Bob se hizo con el guión por quinientos mil dólares y Woods se lo pasó a Drew Barrymore, que se comprometió inmediatamente para el papel que finalmente interpretó Neve Campbell. Con Barrymore a bordo, *Scary Movie* ya era una película con luz verde. Decidieron enviarle el guión a Wes Craven, el legendario guionista y director de *Pesadilla en Elm Street,* que estaba literalmente en paro, como el género que él prácticamente había inventado: el *slasher film,* las películas de horror donde el malo usa un cuchillo.

Barrymore aceptó el papel protagonista pero luego cambió de opinión y decidió que quería el papel de Girl 1, la que sólo aparece dos segundos antes de que la maten. A Bob no le gustaba el título. Craven, tratando de salir del encasillamiento, de dejar de ser «el chico del terror», la rechazó dos veces. Pero, como en el fondo le encantaba la irreverencia, la nota de parodia, al final transigió. Recuerda Cathy Konrad, que aún seguía en Woods Entertainment: «A Bob le parecía muy importante que a la hora de comercializar la película se aprovechase al máximo el nombre de Craven y también a su público principal, ya que una película de esta clase no se podía vender como de humor. Nosotros le decíamos: "No, no lo entiendes." Y él: "No, sí lo entiendo. Os estáis liando, queréis haceros los listillos. Pero aquí el inteligente soy yo." Y tenía toda la razón.»

«Yo no quería que fuese una parodia», recuerda Bob, que se reunió con Williamson, el guionista, y le dijo: «Kevin, quiero asegurarme de que compré el guión que creo que compré. ¿Es una película cómica con sustos? ¿O es una película de terror con humor?»

«Es una película de terror con humor.»

«Muy bien, así la he entendido yo. Pero el título no es bueno.» Prosigue Bob: «Mi hermano propuso un título nuevo, de una canción de Michael Jackson que estaba de moda esos días.» Y *Scary Movie* se convirtió en *Scream*.

Sin embargo, Bob, que aún no le había cogido el tranquillo a su trabajo de productor, no confiaba en Woods ni en Konrad ni en Craven, y contrató de guardaespaldas a B. J. Rack. Dura e inteligente, Rack tenía experiencia más que suficiente; había

producido, entre otras, *Terminator 2.* También tenía experiencia en montaje y efectos especiales. Sus aptitudes eran muy útiles para los Weinstein, a los que además les caía bien; desde principios de los años noventa la habían utilizado de vez en cuando de pistolera a sueldo. También a Rack le gustaban los Weinstein, aunque Bob le parecía un hueso duro de roer. «Tiene subidas y bajadas realmente extremas», dice Rack. «Primero te dice: "Sí, es una buena idea", y un segundo después, sin dejar de mirarte: "Me parece horrible." Como si alguien hubiera apretado un interruptor. Sus estados de ánimo cambian de manera violenta, van en una dirección y luego cambian de sentido. Puede estar encantador horas enteras, centrado, puede ser estupendo, pero de golpe puede ponerse negativo y desagradable. A mí me pusieron de sicario en *Scream*, para que recortara el presupuesto, para que les dijera que la filmasen con menos dinero.»

A Bob no le gustaron nada los copiones; le parecieron sosos, más pedestres que espeluznantes. Durante la segunda semana, mientras Craven filmaba a Barrymore, empezó a llamar a Konrad, que supervisaba el rodaje. Bob dijo: «Estoy asustado, no sé qué pasa con esto.» Y se puso a enumerar detalles. ¿Por qué llevaba Barrymore un suéter? ¿No debería llevar algo un poco más indecente? Y que la peluca era espantosa. Cary Granat, que dirigía Dimension, era amigo de Konrad; en realidad, le debía el puesto. Y le avisó: «Bob no está contento y esto no parece que vaya a mejorar, créeme, sino todo lo contrario.» Konrad repuso: «¿Qué quieres que haga?» No hubo respuesta. Un día, mientras Craven filmaba una escena con Liev Schreiber, que hacía una aparición especial como Cotton Weary, Bob se apareció por el plató y dijo: «Quiero hablar con Wes.» Konrad interrumpió al director en mitad de una toma: «Bob quiere hablarte.» Recuerda Konrad: «Bob le dijo que pensaba que podía hacerlo mejor. Wes me dijo: "¿Qué clase de jefe llama a un director en medio de un rodaje, le da una patada en los huevos, espera que trabaje mejor el resto del día y que haga una buena película?"» Veinte minutos más tarde, Granat llamó por teléfono a Konrad y dijo: «Bob acaba de ver la parte de la máscara;

piensa que es una broma. Y dice que él nunca dio el visto bueno a esa máscara.»

«Cary, eso es pura mierda. Eres el presidente del puto estudio y te enviamos esbozos de la máscara. Esa máscara la encontró en el desván de una mujer uno de los encargados de buscar lugares de rodaje, no es una revelación. Todos dijimos que era fantástica, que qué bien, que cuánto se parecía a *El grito*, el cuadro de Munch.* No lo entiendo.»

«A Bob no le gusta.»

«¡No vamos a paralizar el rodaje!»

«Bueno, tendré que salir volando de aquí.»

«Me importa una mierda. Vete, pero hasta que nos digáis qué es lo que tendríamos que hacer mejor y de otra manera, seguiremos haciendo lo que estábamos haciendo.» Un par de horas más tarde, Granat volvió a llamar: «Bob quiere hacer un repaso... ¿Sabes dónde están todas las otras máscaras que te mandaron para que eligiéramos?

«No, no lo sé.»

«Bob quiere que Wes siga filmando, que ruede cada escena con cuatro máscaras distintas hasta que esté en condiciones de decidir cuál quiere.»

«¡Vete al cuerno!»

Craven, avergonzado, preguntó: «¿Qué se supone que tengo que hacer? ¿Cómo le digo a un actor que vamos a hacerlo cuatro veces con distintas máscaras?»

Dice Rack: «Lo trataron muy mal. Ahí no hay nada que pueda llamarse autonomía, salvo cuando se trata de Quentin. He visto a Bob mangonear incluso a Robert Rodriguez.» Y eso que estaba convencido de que era el nuevo Spielberg. Añade Konrad: «Trataron de que siguiéramos dándole vueltas el problema. Nosotros decíamos: "No podéis hacer eso. El resto de la agenda de rodaje gira en torno a Ghostface. Sin la aprobación para filmar esa parte estamos inmovilizados. ¿Qué queréis que hagamos? ¿Que dejemos de rodar?»

«Para mí esa máscara era una memez», recuerda Bob. «La gente

se iba a partir de risa. Pensé que Wes estaba loco. Cuando me dijeron que la habían comprado en una tienda, les dije: "¿La comprasteis en una tienda cualquiera? ¿No diseñasteis una máscara a propósito para esta escena?" Porque me había olvidado de que la máscara de Mike Myer en *Halloween* era realmente una máscara de William Shatner que John Carpenter había comprado en una tienda. Si hubiera sido más listo, habría dicho: "Vaya por Dios, la historia se repite." Fuimos probando una máscara tras otra y al final, sencillamente, cedí. Esos chicos tenían razón; yo estaba equivocado.»

Sea como sea, Granat cogió un avión para California y en cuanto llegó convocó una reunión en la habitación de Craven –a medianoche– a la que asistieron Konrad, el productor y un par de asistentes. Tras anunciar: «Hemos llegado a un impasse», les dijo cómo podían apaciguar a Bob. Konrad se lo tomó como una falta de respeto para con el director. Interrumpiendo, estalló: «Espera un minuto. ¿Con quién coño crees que estás hablando? ¿Has contratado al tipo que creó el género y piensas decirle cómo tiene que hacer la película? Wes ha hecho ya unas treinta y pico, ¡esto es lo más insultante que he visto en la vida! Y francamente, no estás ofreciéndonos ninguna ayuda. Simplemente nos dices cómo seguir dando palos de ciego hasta que alguien que es invisible decida si le gusta lo que ve. Así no se hace una película. Va a costar una fortuna, es una estupidez. ¡Y no vamos a hacerla!»

«¡Eso! ¡No vamos a hacerla!», metió cuchara Craven mientras todos los presentes clavaban la mirada en ellos.

No obstante, Konrad se dio cuenta de que no podía decir directamente «Venid a por mí», porque lo harían. Y pensó que tendría que ofrecerles algo a cambio. «Mira, nadie entiende muy bien lo que está viendo», prosiguió. «Por eso creo que cuando nadie entiende lo que ve, la única manera de resolver los problemas es montar juntos el primer metraje; si os gusta lo que veis, ya no volveremos a saber nada de vosotros. Pero, si no os gusta, entonces todos nos iremos muy tranquilos y vosotros podréis hacer esta película con quien se os antoje y como se os antoje.»

«Es una gran idea», repuso Granat, y regresó a Nueva York.

Montaron lo que tenían, lo enviaron a Miramax y siguieron rodando. Konrad, yendo de un lado a otro por el pasillo de los despachos de producción, se preguntaba: ¿Sobreviviremos o pereceremos? Más tarde recibió una llamada de un asistente de Bob que le hizo un resumen, jugada a jugada, de lo que estaba ocurriendo: «El metraje está en el despacho... El metraje está camino de la sala de proyecciones... Ya ha llegado a la cabina del proyeccionista... Ahora lo están enganchando... Ha entrado Bob... Harvey está ahora con Bob, se han sentado juntos... Se han apagado las luces... Van a empezar... Te llamo más tarde.» Konrad temblaba. Craven asomó la cabeza tres o cuatro veces, preguntando: «¿Tienes noticias? ¿Tienes noticias?» Diez minutos más tarde, Bob llamó a Konrad: «Está muy bien, muy bien. Harvey ha levitado en la sala. Es increíble. Teníais razón, yo estaba equivocado, tan equivocado que resulta asombroso. ¡Haced lo que queráis, chicos, lo que queráis!» Recuerda Konrad: «Y así fue. No volvimos a oírlo. Tengo que decir que fue una de las llamadas más maravillosas que he recibido en la vida. Llamaba nada menos que el presidente del estudio.»

(Bob no recuerda lo mismo. Por ejemplo, dice que nunca vio un montaje hasta más adelante, cuando Wes quiso [otros] cuatrocientos mil dólares.) «Me enseñó cuarenta minutos y le dije: "Sí, me gusta. Aquí tienes tus cuatrocientos de los grandes. Es fantástica."» Añade Rack: «A partir de ese momento, Wes pasó a ser Dios. Era absolutamente intocable. Si se sienten más cómodos, se portan bien.»

En el verano de 1996, Dimension era una auténtica colmena, aunque puede que motel cutre sea un término más apropiado. Mientras aún estaban dándole vueltas a *Scream*, comenzaron a trabajar en *Mimic*, una película de terror en la que unas cucarachas gigantes pululan por los túneles del metro de Nueva York. Presentó el proyecto Michael Phillips, más conocido por ser la mitad de un poderoso equipo de producción del Nuevo Hollywood con la que entonces fuera su esposa, la fallecida Julia Phillips (también conocida como: «Nuncavolverás-a-comer-en-esta-ciudad»), el equipo que produjo, entre otras películas inolvidables, *El golpe, Taxi Driver* y *Encuentros en la tercera fase.* Como director designaron a Guillermo

del Toro; Phillips fue el productor ejecutivo. Del Toro, talentoso y joven director mexicano, había hecho una película de terror con mucho estilo titulada *Cronos*, distribuida por October, que había ganado el Gran Premio de la Semana de la Crítica en Cannes 1993 y también nueve premios de la Academia mexicana. A Stuart Cornfeld lo metieron de productor. Bob llamó a Rack y le preguntó si quería trabajar en *Mimic*. Pero, aunque Bob no lo sabía, Rack era íntima de Del Toro; la ejecutiva pensó que podría guardarle las espaldas. Además, también era amiga de Cornfeld. Rack preguntó: «Pero ¿no tienes ya un productor?» Bob le dijo: «Bueno, creo que en esta película también hay lugar para ti.» Rack aceptó. Tenía mucha experiencia con hombres groseros. «He trabajado con Paul Verhoeven y he producido una película de James Cameron, pero *Mimic* fue la experiencia profesional más dura de mi vida», dice Rack. «Me sentía prisionera de guerra.»

Rack sabía en qué se estaba metiendo, o debería haberlo sabido. No tiene excusa. En sus propias palabras: «Lo sabía todo, lo suficiente al menos para haber fallado el test de inteligencia por haberme embarcado en esa película. Una vez que me firmaron el contrato, me pidieron que despidiera a Stuart.» (Al final, Cornfeld se quedó en un papel titular.) Menos de una hora después de comenzar la primera reunión con todos los mandamases, Phillips descubrió que los años setenta ya eran agua pasada cuando, después de presentar sus notas sobre el guión, escrito por Del Toro y Matthew Robbins, su socio (un veterano de los setenta: *Batteries Not Included)*, Bob le dijo que se callara, que esas notas eran las más estúpidas y superficiales que había oído jamás. Recuerda Rack, que estaba presente: «Bob dijo: "¿Qué estás diciendo? Eso es una estupidez", y luego añadió: "Marchaos todos, quiero estar solo." Echó a la gente a empujones. Cuando todos terminaron de salir del despacho, Bob dijo: «Ése ya no trabaja en la película. No me importa lo que cueste, no quiero volver a verlo." Y casi no dijo nada más.»

Scream había costado dieciséis millones; *Abierto hasta el amanecer*, unos diecisiete, por lo cual *Mimic*, con un presupuesto de 22,5 millones, era todo un desafío para Dimension, sobre todo tratándose de una película de género con un director joven y

relativamente inexperto. Bob quería que Rack redujera el presupuesto a unos quince o dieciséis millones. Basándose en su lectura del guión, concluyó que la suma de veintidós millones, que incluía tres para efectos especiales, era correcta. Recuerda la productora: «Bob me gritó y me colgó el teléfono, y eso durante la luna de miel, la misma época en la que no paraba de decirme que me adoraba. Fue de lo más brutal. Normalmente yo decía: "Me largo", pero me di cuenta de que estaba demasiado metida en una relación de codependencia. Volví a llamarlo y le dije: "Mira, hay una manera de arreglarlo: eliminar todos los efectos especiales. No tiene por qué ser *Alien*; puede ser *Jacob's Ladder*. Entonces sí, si cooperas conmigo, puedo bajar el presupuesto a dieciséis millones." Y Bob dijo: "¡No!" No nos haces caso, te hemos pedido que elabores un presupuesto de dieciséis millones y te niegas a hacerlo. Vamos a despedirte." No había comunicación, no podía conseguir que nadie cogiera el teléfono; cuando me atendían, sólo oía gritos. El caos era tal, que no podía siquiera organizar reuniones, no podía conversar con nadie porque siempre había alguien que gritaba. Cuando dices algo que Bob no quiere oír, te dice: "Cállate, cállate, no hables más." Harvey me sacó del despacho a empujones, literalmente, me metió en el ascensor y me hizo volver a Los Ángeles después de que yo dijera algo inofensivo que lo hizo saltar. No es que se cebaran conmigo; simplemente estaban siempre enfadados, gritando porque las cosas no salían como ellos querían. Son unos matones.»

Desde el punto de vista técnico, Disney supervisó todo el proceso. El despacho de Rack estaba en los estudios Disney; ella enviaba los presupuestos a un ejecutivo de los estudios. Firmaban los talones conjuntamente. Después de presentar un presupuesto preliminar, le entregó una copia a la empleada de Disney a la que tenía que informar, y también le envió una a Bob, que enseguida la llamó por teléfono, gritando: «No puedo creer que les hayas enviado esto. ¿Eres tonta o qué?» Bob estaba tan cabreado que Rack pensó: Si estuviera cerca de él, me asesinaría. Añade: «Bob y Harvey nunca disimulan. No saben controlarse, dicen cualquier cosa y tampoco pueden controlar el cuerpo.» Pero a ellos les funcionaba. A Rack, al menos, le parecía que la gente de Disney les tenía miedo.

Las sesiones de trabajo en el guión, que tenían lugar en la estrecha sala de reuniones de los despachos de Tribeca, no se parecían a nada de lo que Rack hubiera vivido antes. Eran unos cinco los guionistas que trabajaban en *Mimic*, un guión que fue cambiando una y otra vez durante el rodaje. A los participantes, algunos de ellos fletados desde la Costa Oeste y alojados en hoteles carísimos, los recogían los coches de la empresa a eso de las nueve de la mañana; a las 9.30 llegaban a los despachos de Miramax, donde esperaban impacientes un par de horas en la minúscula recepción, situada frente a los ascensores, hasta que Bob y Harvey aparecían a las once o las once y media. Quince minutos después de empezar la reunión, Bob se volvía hacia algún asistente y, hablando rápidamente con su cantarina voz de Queens, decía: «Una bandeja de salmón, ¿entendido?» Unos minutos más tarde aparecían los *bagels* y el salmón, comprados en una tienda a la vuelta de la esquina. Harvey, que sólo de vez en cuando asistía a esas reuniones, fumaba un cigarrillo tras otro, llenaba de humo la sala y apagaba las colillas en el salmón. Si se quedaba sin tabaco, recogía las colillas y aprovechaba lo que quedaba. La comida seguía ahí horas y horas, porque cada vez que aparecía alguien para llevársela, lo recibían con un grito. Más tarde, cuando por fin retiraban la bandeja, Harvey comenzaba a pasar revista a los restos que habían quedado en los platos de los demás. Entonces se dirigía a alguien y le preguntaba: «¿Te vas a terminar eso? ¿No?», y se zampaba las sobras. Al final, encargaban el almuerzo, que, como los *bagels* y el salmón, quedaba horas en la mesa mientras a los asistentes que venían a recoger seguían espantándolos a gritos. A eso de las cuatro de la tarde, Harvey volvía a arramblar con las sobras: «¿Piensas terminarte ese sándwich?», y no esperaba que le contestaran. La cena llegaba a eso de las siete; la reunión, que había comenzado unas ocho horas antes, podía durar hasta medianoche.

Sin embargo, en el proceso, Rack llegó a apreciar el poder de los Weinstein. «Lo que hacen lo hacen increíblemente bien.» Las reuniones de estudio y de trabajo a las que Rack estaba acostumbrada duraban, quizá, dos horas; se trataban generalidades y enseguida terminaban. Pero su primera reunión con Bob y Harvey

duró once horas. Rack echó un vistazo a la sala y comprobó que los hermanos habían convocado a todo el mundo: vicepresidentes, asistentes, gente que llevaba allí una década y gente que acababa de salir de la escuela de cine, llegada apenas un día antes. Parecía un grupo de sondeo. Rack pensó: Perfecto, esto va a ser un paseo. Tengo mis notas al guión, el director tiene la suyas... Pero Bob empezó por la primera página, por la primera línea de la primera página, y luego pasó a la segunda, diciendo cosas como: «Eh, esperad un momento. ¿Es posible que una mujer trabaje en las cloacas? ¿Puede trabajar de antropóloga si sólo está en segundo año de la facultad?» «Preguntas reales», recuerda Rack. «En ningún estudio había visto antes semejante detallismo.» Según Jack Lechner, un ex jefe de desarrollo: «Bob es capaz de hablar de un guión mucho más tiempo que Harvey, y con mucho mayor detalle. No es casual que *Mimic* pasara por tal cuadrilla de guionistas. Eso nunca había ocurrido en Miramax.» Añade Kevin Smith: «Bob dice: "Quiero saber exactamente qué me van a dar por lo que pago." Para Harvey, lo importante es: "Filmadlo; si algo sale mal, lo arreglaremos. Tenemos dinero para hacerlo." Harvey se dedica a los actores y directores más que Bob. Por lo general, las películas de Bob no se centran en la gente. Él se pone al servicio de la idea, del género.»

Prosigue Rack: «En cuanto tropezaban con algo que desconocían, gritaban; entonces aparecía algún subalterno y le decían, también a gritos: "Ve a buscar el código MTA* por lo que pueda pasar." O llegábamos a un punto del guión y gritaban: "Id a buscar *Alien* y hacedme una lista de los sustos y en qué minuto de la película aparecen." Y diez minutos más tarde: "¿No lo tenéis ya? ¿Por qué no lo tenéis? ¡Conseguid esa cinta ahora mismo! ¡Quiero diez copias de *Alien* y diez personas que se ocupen de diez partes diferentes. ¡Y que otras diez pongan por escrito las notas!" Tres cuartos de hora más tarde les traían todo lo que habían pedido y, en efecto, lo usaban como referencia: *Alien*, cada uno de los sustos, Ruido 1, Ruido 2, Ruido 3, algo impresionante. Porque, pese a que siempre estaban haciendo de las suyas, pese a toda la locura, los Weinstein

tienen un montón de recursos y los usan. Y no paraban; pasaban a la página siguiente y a la siguiente y machacaban hasta el último detalle. Surgían muchas cosas buenas pulverizando cada línea del guión, porque al final esos detalles siempre vuelven a atacar por sorpresa. No se trata exactamente de una cuestión de poder. Con *Scream* no tuvieron que hacerlo porque el guión era perfecto. Y aunque muchas veces no saben lo que quieren, lo reconocen en cuanto lo ven. Si a Bob le gusta algo y a Harvey le gusta algo, cuando se da esa armonía suele tratarse de una idea brillante. Y te das cuenta. Porque, por mal que traten a los empleados, respetan sus opiniones. Cuando en la sala todo el mundo dice: "Sí, es una idea estupenda", ellos dicen: "Perfecto", y pasan página. Son incansables. Después de dos horas de reunión piensas que probablemente harán una pausa, que todos iremos a un bonito restaurante... Pero no. Siguen concentrados, dale que te pego, en esa sala de reuniones calurosa, sofocante y maloliente donde se han hecho tres comidas en las últimas diez horas. La gente llora y grita, pero ellos venga a machacar y sermonear hasta que consiguen lo que quieren.»

En una reunión que duró una eternidad, a eso de las diez y cuarto de la noche Bob o Harvey dijo: «¡Oh, mierda! Poned la tele, venga; el canal tal.» Y enseguida añadió: «¡Maldita sea! No pasaron el anuncio justo después del programa, antes de la publicidad, como les dijimos. Lo pasaron después de la publicidad, antes de los créditos.» Se refería a un «promo» de *Scream*. Y llamaron al responsable a su casa, lo despertaron y le dijeron: «Nos habéis jodido, cabrones. ¿Por qué no lo emitisteis como os dijimos?» Prosigue Rack: «En otras palabras, controlan tanto todo, que saben exactamente a qué hora se supone que ha de emitirse un anuncio, en qué canal, en qué momento del programa, y hasta saben el número privado del responsable. Ése es el nivel de detalle y de control que se necesita cuando distribuyes una película, y ésa es la razón por la que consiguen los lugares que quieren, por qué los carteles y los anuncios son como tienen que ser. Lo que hacen bien, lo hacen muy bien. En realidad, lo hacen todo bien.»

A Robbins, que, con Del Toro, era el guionista original e hizo varios

borradores basándose en una escalofriante especie de gigantescas cucarachas mutantes que caminaban erguidas y eran fácilmente confundidas con hombres vestidos de negro, este proceso no le divirtió nada. «A partir del primer día atacaron todos los puntos espinosos, todas las ideas originales», recuerda Robbins. «Harvey Weinstein es tan tenaz, que realmente no tienes otra opción. Es todo fuerza de voluntad, pero originalidad cero. En Hollywood, la gente es muy susceptible a esta manera de ejercer la voluntad, porque la mayoría es demasiado tímida para opinar. Bob no tiene ese problema. Lo que es desarmante es su manera de autodesaprobarse. Y su entusiasmo. Recuerdo que decía: "¡Mierda! ¡Esto va a ser grandioso!" Es raro que un ejecutivo se exponga tanto. Por lo general, son demasiado cautos. Él crea la ilusión de que colaboras con él; sin embargo, al final del día, borrador tras borrador, los elementos peculiares y originales terminaban desapareciendo. Hasta el día de hoy Miramax se distingue por alentar las voces individuales pero, cuando estás con ellos en la sala de reuniones, ese aspecto es precisamente el más dudoso. Cualquier joven director que entre en esa fábrica está sujeto al mismo proceso agotador. Y si el director tiene alguna duda personal, ellos la identifican inmediatamente y juegan con eso, se hacen cargo del proyecto y luego reivindican la autoría: "Hicimos de esa película lo que hoy es." Bob siente una envidia terrible por la gente creativa. Se parece a alguien que hubiera comprado el piano más hermoso del mundo, un Bösendorfer, y no consiguiera comprender por qué no puede él tocarlo como Vladimir Horowitz.»

La confusión en torno al guión y el presupuesto no acabó ahí; antes bien, se prolongó incluso una vez comenzado el rodaje en Toronto, lugar favorito de Miramax porque era barato y se lo podía maquillar fácilmente para que pareciese Nueva York. Bob llamaba a Rack a las cuatro de la mañana para quejarse de que los copiones no daban mucho miedo. Que Del Toro estaba haciendo una película de aire taciturno, le decía, muy cinematográfica, más parecida a *Seven* que a la serie de *Los inmortales* (*Highlander)*, el producto principal de Dimension. Al comienzo del filme hay una toma aérea de una sala de hospital en la que unos niños, afectados por una

enfermedad transmitida por las cucarachas, yacen en camas cubiertas con altas redes mosquiteras iluminadas por dentro, charcos de luz amarilla en las sombras de la sala en penumbra. Bob se puso hecho una furia porque –insistía– ningún hospital de Nueva York se parecía a ése.

«La visión de Bob era de película de clase B», dice Robbins, que había concebido unos personajes densos, apropiados para el estilo de Del Toro. Pero los destriparon. «Al final la película se parecía más a una de acción. Con persecuciones, disparos y explosiones. Bob no paraba de preguntar: "¿Dónde está mi guerra?" Considerando que se trataba de una película de Dimension, no cabe duda de que era algo totalmente apropiado.» Pese al meticuloso trabajo preparatorio, pese a todo ese darle vueltas y más vueltas al guión, él y Del Toro estaban haciendo dos películas distintas. Rack miraba el reloj y decía: «Tengo que irme a dormir, mañana rodamos.» Pero Bob seguía como si la productora no hubiera abierto la boca, diciéndole cómo había que mover la cámara. «¡Haz que la cámara suba fuuum! ¡Fuuuum!»

«¿Fuuum? ¿Qué quieres decir? Enséñame la toma, ¿que quieres qué haga? ¿Que le diga exactamente cómo tiene que filmarla?»

Bob empezó a ir a Toronto. Rack le había suplicado que no montara una escena delante de los actores. Weinstein se sentó a unos seis metros de la cámara a darle a Rack las instrucciones para Del Toro, en voz alta, tras lo cual la productora se acercaba corriendo al director y le repetía lo que decía Bob. «En el fondo lo que quería era dirigir él mismo cada toma.» Si una habitación estaba decorada de una forma, Bob lo cuestionaba: «¿Por qué no se parece a *eso?*»

«Bueno, porque estamos pensando en *esto.*»

«Bueno, sí, pero creo que sería mejor que se pareciera a *eso.*»

Dice Rack: «No era que una idea fuese mejor que la otra. Bob siempre quería imponer la suya. Yo acababa de producir una película dirigida por Sally Field. Sabía que podía decirle: "No podemos hacer dos horas extras porque no tenemos dinero." Y que no podía decirle: "¿Puedes hacer más rápido el numerito del baile?" Bob decía: "Haz

más rápido el numerito del baile." Las "aportaciones" de los Weinstein no tienen límite.»

Durante una reunión particularmente áspera en la suite *penthouse* de Bob, Rack se enfadó porque, como Bob no le prestaba atención, empezó a levantar la voz. Recuerda que Bob «cogió de la mesa una botella de Coca-Cola, echó el brazo hacia atrás muy rápido e hizo amago de tirármela. Se detuvo un momento antes de que la botella se le escapara de la mano. Luego la miró y dijo: "Me pones de los nervios, casi te tiro esta botella a la cabeza. ¿Qué coño es eso? ¿Por qué me pones tan furioso?" Bob solía acercarse y hacer como si fuera a darme un puñetazo, y le decía [a Harvey]: "Me pone tan furioso, que me entran ganas de matarla, igual que cuando tú y yo reñimos." Y después me decía a mí: "Eres parte de la familia."» Rack pensaba: Ya tengo mi propia familia disfuncional, gracias, pero en casa nadie me tira botellas de Coca-Cola a la cabeza.

Bob entraba en la sala de montaje a echarle un vistazo al copión antes incluso de que Del Toro pudiera ponerse a trabajar y decir qué servía y qué no. Y siguió llamando a Rack todas las noches desde Nueva York; le gritaba hasta que la productora colgaba. Cuando esto ocurría, enviaba a un ejecutivo que se alojaba en el mismo hotel de Rack, que se ponía a aporrear a la puerta de su habitación aunque despertase a todos los que dormían en esa planta. Y voló a Toronto una vez más, esta vez para despedir a Del Toro. Convocó al director a una reunión organizada en su habitación. Bob le dijo: «No veo que estés cortándola, tenemos que despedirte. Lo siento; confiaba en ti, pensaba que eras el tipo indicado, pero me he equivocado. No lo eres.»

Del Toro, hecho polvo, dijo: «Puede que estemos haciendo dos películas distintas.»

Bob repuso: «No, tú no estás haciendo una *buena* película, eso es todo. Te marchas esta noche. Mañana alguien nos ayudará a recoger los fragmentos que nos dejas.»

Sin embargo, a Bob le preocupaba que esta medida no les sentara bien a los actores, que, en estas situaciones, suelen ponerse de lado del director. Y más que nada le preocupaba Mira Sorvino. Después de su Oscar por *Poderosa Afrodita,* estrenada por Miramax el año

anterior, Sorvino se había convertido en la niña de los ojos de los hermanos, un rostro habitual en películas como *Beautiful Girls* y *Blue in the Face*. La actriz también estaba saliendo con Tarantino, que de vez en cuando se dejaba caer por el plató de *Mimic*; ergo, Bob tenía que andarse con cuidado. A pesar de que acababa de darle la patada a Del Toro, el hermanísimo quería que el director interceptara cualquier potencial resistencia de los actores. «Mira Sorvino está abajo, en el vestíbulo; ve y dile que, como no puedes acortarla, has decidido dejar la película», le ordenó a Del Toro, que ya era el «ex director».

Rack dijo, en voz bastante alta: «Esto no es justo. No voy a dejar que baje, todavía está en estado de shock. No puedes ordenarle que haga eso, antes tiene que hablar con su agente.» En efecto, Rack estaba diciéndole a Bob que primero tenía que leerle los derechos a Del Toro. Bob le gritó que se callase y le ordenó a Granat, ejecutiva de Dimension, que la sacara de la habitación. Pero Rack se negó a moverse: «Yo de aquí no me voy», dijo.

«Tú te vas.»

Y siguieron así un buen rato, hasta que Bob cambió de táctica y dijo: «Muy bien, bajaremos todos juntos.» En el fondo no quería que Rack bajase sola y le llenara la cabeza a Sorvino. En el vestíbulo, Del Toro, como un zombi, se acercó a la actriz y entonó este lamento: «No puedo acortarla, tengo que dejar la película. No sé hacerla.»

Sorvino captó inmediatamente lo que pasaba. Según Rack, la actriz, sin esperar un segundo, y aunque tenía mucho que perder si se enemistaba con los Weinstein, montó un pollo de campeonato.

«¡Cabrón!», le gritó a Bob Weinstein. «No vas a hacerle esto ni a Guillermo ni a mí. Tú no haces las películas de esta manera; no pienso venir mañana a trabajar si Guillermo no sigue dirigiendo. Y no trabajaré con ningún otro director. Yo me largo.»

«Tendrás que seguir trabajando; lo dice tu contrato.»

«Muy bien, entonces vamos a tener una buena pelea. Puede que ganes, pero te aseguro que la película no se va a hacer.»

Sorvino dio a entender que haría intervenir a Tarantino si Bob echaba a Del Toro. Y Rack lo llamó: «Nos apoyó mucho», recuerda. «Nos ayudó mucho, estuvo genial.»

Tarantino llamó a Harvey.

«Era mejor hablarlo con Harvey para no tener que enfrentarme a Bob y hacerle sentir que estaba recibiendo por todos los lados», recuerda Tarantino. «Le dije: "Harvey, hiciste esta película para Guillermo, te gustan sus películas. ¿Qué está haciendo tan mal?"» A pesar de todo, Bob contrató a otro director, Ole Bornedal, un danés que había hecho para Dimension *La sombra de la noche*; luego llamó a Robert Rodriguez para que lo ayudara. Al día siguiente aterrizaron los agentes de Sorvino, y ella siguió insistiendo: «Guillermo no se va hasta que veamos un primer montaje de la película, hasta que nos sentemos todos juntos y tomemos una decisión.» Del Toro se pasó una semana en la sala de montaje, voló a Nueva York con su carrete y se lo enseñó a los Weinstein. Harvey se volvió hacia Bob y le dijo: «Me gusta el aspecto. Ojalá todas nuestras películas tuvieran ese aspecto tan bueno.» Bob repuso: «Sí, de acuerdo.» Se dice que Bob intentó que Del Toro trabajara con Bornedal, pero el director se negó y Bob cedió.

Dice Tarantino: «Mira lo salvó. Ella quería trabajar con un autor, ponerse en manos de un director realmente bueno. No hay que olvidar que no habría hecho esa película si no fuese por *Cronos*. Por eso, si iban a despedir a Guillermo, para ella no valía la pena. [Para Bob] fue más un reflejo, pensó que era algo que podía hacer, pero ella eliminó esa posibilidad. Mira pudo hacerlo porque no estaba tan en contra de Guillermo. Porque Bob es un duro, y si de verdad hubiera querido quitarse de encima a Guillermo, lo habría hecho. Le habría dado una patada en el culo a Mira por el mero gusto de hacerlo y habría vuelto a filmarlo todo hasta demostrar que tenía razón.» (No hemos podido contactar con Del Toro, por lo cual no disponemos de sus comentarios.)

Konrad había pasado directamente de *Scream* a *Copland*, basada en un guión de James Mangold; la productora había convencido a Bob para que lo comprase (en 1994) mientras producía *Cosas que hacer en Denver cuando estás muerto*. Como esta película, *Copland* se benefició del frenesí «chicos armados» creado por *Pulp Fiction*, pero le faltó el barniz de modernidad que caracterizó a la película de Tarantino. Mangold estaba firmemente arraigado en la tradición del

realismo social americano, al igual que James Gray, cuya *Cuestión de sangre (Little Odessa)*, un vigoroso retrato de la decadencia de una familia de judíos rusos de Brighton Beach (Brooklyn), toca fibras tan íntimas, que verla llega a ser una experiencia dolorosa. *Cuestión de sangre* la había estrenado Fine Line en 1994. *Copland* era una versión pueblerina de las moralidades ambientadas por Sidney Lumet en la gran ciudad, en el sórdido mundo de los policías corruptos: *Serpico*, o *El príncipe de la ciudad* conoce a *Fargo*.

Mangold, hijo de Robert Mangold, conocido pintor, había crecido en el seno de una familia judía en Washingtonville, un pueblo conservador en las Catskills que parecía ser el refugio de todos los polis enfadados y en fuga que no vivían en Staten Island. Precoz y creativo, ingresó en el California Institute for the Arts con diecisiete años y aterrizó en Disney a la tierna edad de veintiuno. Eisner lo fichó, pero Katzenberg se lo quitó de encima por negarse a despedir a su asistente cuando se lo pidieron. *Copland* fue su manera de volver a casa, como *Cuestión de sangre* lo había sido para Gray.

«Acababa de estallar el fenómeno *Pulp Fiction* y Miramax tenía un inmenso prestigio», recuerda Mangold. «Me entusiasmaba la idea de no tener que trabajar en un estudio. Todos querían estar en la próxima *Pulp*, por lo cual pude conocer a casi todo el mundo.» Tom Hanks, Tom Cruise, Sean Penn, John Travolta... todos manifestaron estar interesados por *Copland*, pero «Harvey estaba resuelto a hacer lo que había hecho con *Pulp Fiction»*, prosigue Mangold. «No quería pagar lo que pedían esos actores.» Su ventaja radicaba en hacer películas por un precio, permitiendo que Miramax produjera como una independiente pero cosechara los beneficios de un estudio, siendo lo primero causa de lo segundo, lo cual era lo más hermoso de todo. De hecho, había sido muy creativo a la hora de adaptar, para películas más costosas, estrategias financieras aprendidas en las trincheras independientes, reduciendo el riesgo en coproducciones o preventas al extranjero. (Por supuesto, había un lado negativo: tenía que sacrificar parte de sus ganancias.)

Sin embargo, al margen de los ánimos caldeados que reinaban en la empresa, los actores no estaban dispuestos a cobrar menos. Mangold y Konrad fueron a Florida a encontrarse con Travolta en la

Iglesia de la Cienciología. El actor les dijo: «Mirad, me encanta el guión y Harvey ya me había dicho algo, pero quiere que trabaje gratis porque piensa que le debo *Pulp Fiction*. Prefiero creer que tengo muy poco que ver con ese éxito y ya he confeccionado la lista de lo que estoy dispuesto a hacer por amor al arte. Esto no entra en esa lista. Ya le he dicho a Harvey que tiene que pagarme; si no lo hace, tanto peor.» Harvey no le pagó y Travolta no trabajó en la película.

Claro que había muchas otras estrellas en decadencia que necesitaban el cambio de imagen de Travolta, dispuestas a rebajar drásticamente su caché. Sylvester Stallone se apuntó para el papel protagonista, un oficial no demasiado brillante, sordo de un oído, que tiene que decidir si se suma a la pandilla de polis malos o si hace lo que debe. Stallone llevó a la película su peso de superestrella, pero Mangold dudaba de que el actor fuese capaz de hacer por *Copland* lo que Travolta había hecho por *Pulp Fiction.* Cuando Stallone firmó el contrato, la que había sido una película modesta se convirtió en algo mucho más grande, sobre todo cuando también se sumaron al reparto Robert De Niro, Harvey Keitel, Ray Liotta y Michael Rapaport. «Había querido hacer una película sin pretensiones, pero tuve la sensación de que el cine independiente era un terreno que estaba cediendo», dice Mangold. «A menos que dispusiera de una cámara acorazada repleta de dinero, cosa que algunos directores tienen, no sabía cómo permanecer fuera del sistema. Había tardado tanto en hacer *Heavy*, mi primera película, que sabía que era un camino difícil. En el cine independiente el cinismo había llegado a ser deprimente; por lo tanto, no era para ponerse a llorar que de repente comenzara a tratar con grandes actores y presupuestos más elevados. En ese momento tuve una oportunidad real de cambiar la clase de películas que se hacía para el público general, lo cual no era lo mismo que cambiar el cine que se hacía para un público independiente enrarecido.» Sin embargo, Mangold no tardó mucho en darse cuenta de que más le habría valido trabajar para un estudio.

En primer lugar, según el director, Harvey lo llamó por teléfono para decirle que tenía que contratar a Malik Yoba, un actor que

había trabajado en *New York Undercover*, una serie de Fox Network; Yoba haría un papel de apoyo al personaje interpretado por De Niro. Sin embargo, Yoba se negaba hacer la prueba y Mangold pensaba que *New York Undercover*, la serie de la Fox, era espantosa. Harvey insistió: «Es el próximo Wesley Snipes y además es amigo de De Niro; Bob ya ha trabajado con él y le encanta.»

Mangold llamó a De Niro: «¿Has oído hablar de un tal Malik Yoba?»

«¿Malik qué?»

«Malik Yoba, ya has trabajado con él.»

«He trabajado con un montón de actores. ¿Quién es?»

«Es el próximo Wesley Snipes, trabaja en *New York Undercover*. ¿No lo conoces?»

«No tengo ni puta idea de quién es. ¿Por qué me lo preguntas?»

«Porque Harvey quiere que haga el papel del tipo que trabaja contigo y Yoba no quiere hacer la prueba...»

«¡Mándalo a la mierda!»

Cuando Harvey se enteró de que Mangold había llamado a De Niro, se puso hecho una furia: «¡Maldito imbécil! ¡Gilipollas! ¿No ves que estoy tratando de ayudarte?» Dice el director: «Porque la amenaza, lo que aprieta el botón, es que le encanta relacionarse con actores. Para esa gente Miramax es benévola, el lugar que consigue que tus sueños se hagan realidad. Nuestra responsabilidad como directores o productores consiste en que los actores no se enteren de las cruentas batallas que se libran en secreto. Por eso, cuando metí en el asunto a uno de los ángeles, cuando le hice tomar conciencia de lo que ocurría entre bambalinas, violé el código, manché la imagen de Harvey, cometí una traición tremenda, sobre todo con De Niro, al que Harvey realmente adora. Y cuando te llama y te dice que tienes que contratar a un actor porque "si no me sigues el juego, te las voy a hacer pasar putas", Malik Yoba termina trabajando en la película.»

Sin embargo a veces Harvey no podía controlarse, ni siquiera con las estrellas. Como dice un ejecutivo de Miramax: «Estaba desesperado por lamerle el culo a Al Pacino» e intentó por todos los medios conseguir *Looking for Richard*, un vistazo entre bastidores al

montaje de *Ricardo III* dirigido por el actor. Sin embargo, Pacino le dio la película a Fox Searchlight. Harvey lo llamó y le dijo: «¿Por qué no me la vendiste a mí? Siento por esa película más pasión que cualquiera, y vivo en Nueva York, sé de estas cosas. ¿Qué saben los de Hollywood?»

«Bueno, mis asesores pensaron que... bla, bla, bla», respondió Pacino, intentando ser diplomático.

«Yo no les hago caso a los asesores, yo me escucho a mí mismo. Al final, tú eres el cliente, tú eres el que tiene que decidir. ¿Por qué no admites sencillamente que fuiste tú el que no quiso vendérmela?»

«Bueno, mis asesores pensaron que sería mejor...» Harvey, cada vez más cabreado, al final no pudo controlarse. «¿Sabes qué te digo, Al? Que estoy hasta los huevos de ti. ¡Eres un mierda!»

Copland se rodó el verano de 1996 mientras en Toronto se eternizaba el rodaje de *Mimic*. Mangold filmó en cámara lenta el crucial tiroteo entre Stallone y los malos, en el que el protagonista pierde el oído del lado bueno. Mientras el director montaba la película, Harvey averiguó que nunca había tratado esa escena en tiempo real; le daba miedo que fuese muy lenta, por lo cual quiso investigar la posibilidad de acelerarla digitalmente hasta devolverle la duración normal. Mangold no quiso saber nada, pero Harvey no estaba dispuesto a archivar el asunto; la cuestión se transformó en un punto prioritario: Harvey llamaba y llamaba, insistía en que quería ver esa escena a mayor velocidad. «La mayoría de los estudios no se involucran tan estrechamente en cada decisión», dice Konrad. «Harvey aparece en mitad de algo que ya está a medio camino, anula decisiones que ya se han tomado o que uno cree que se han tomado, decisiones a las que todo el mundo ha dado el visto bueno y que de repente dejan de tener el visto bueno.» Mangold se hartó tanto de esas intromisiones, que le dijo al montador que quitara los discos duros de las máquinas Avid. Recuerda el director: «Cogí el metro, subí a mi apartamento y llamé a Meryl Poster.»

Poster era una ejecutiva de producción que, como muchos otros, había comenzado de asistenta de Harvey. En palabras de David Steinberg, el abogado que trabajó dos años en el departamento de

compras: «Para triunfar hay que ser capaz de subordinar tu visión de lo que está bien y de lo que está mal. A los adultos eso les cuesta mucho. Por eso los empleados de más antigüedad son los que empezaron de asistentes de Bob o de Harvey.» Poster «no le tenía miedo a nada, era asombrosamente audaz, la única persona capaz de conseguir que Harvey cambiase de opinión», dice Lechner; pero había gente que no la respetaba, gente a la que no le caía bien. Según Donna Gigliotti: «A Poster no le gustaba el cine y no entendía nada de cine. Lo que le gustaba eran las estrellas de cine.» A sus espaldas la llamaban «la Novia de Weinstein». Sin embargo, en este caso estuvo a la altura de la situación. Prosigue Mangold: «Le dije: "Meryl, dejamos de trabajar en esta película. No sé qué va a pasar con tu agenda, pero yo no pienso volver hasta que se zanjen estas cuestiones." Meryl dijo: "De acuerdo, te entiendo." Un minuto más tarde sonó el teléfono: "Acabo de hablar con Harvey en el ascensor; dice que no hay problema, que el tiroteo está perfecto." Sí, hay mucha política arriesgada, pero si le caes bien, a veces cede.»

Dice Konrad que Mangold «encontró una manera de aprovechar la parte de Harvey que todos decimos adorar. Las amenazas nunca funcionan, a Harvey hay que tocarle la fibra de director, comparar tu idea con algún clásico del cine, con un veterano de oro. Pero antes de ir a una reunión hay que saber muy bien qué le gusta y qué no le gusta, porque si propones algo que para él es una mierda, será una mala reunión». Prosigue Mangold: «Hay que tener cuidado con los ejemplos que das. No se puede mencionar una película que ha sido un fracaso. Nunca digas: "Da saltos en el tiempo como *Viviendo sin límites."* Porque el ejecutivo dirá: "Oh, sí, como *Viviendo sin límites*. ¡Fantástico! ¡Hay que hacerlo!" Y no se puede poner en entredicho un éxito. Si dices: "¡Ah! ¿Como volver a filmar *Atracción fatal*, quieres decir?" "Eso sí que sería un problema; hacer una película que recaudó ciento cincuenta millones."»

Pronto empezaron las proyecciones de prueba. Recuerda Mangold: «Para mí, el día más intenso de la historia de una película no es el encuentro con una estrella ni el primer día de rodaje ni la primera proyección para el estudio. El día realmente fundamental es la proyección de prueba. Porque ese día se determinará si vas a tener

que pasarte todo el año encerrado en la sala de montaje o si podrás escapar con vida. Fue de terror. Las invitaciones a esos pases decían: "¿Quiere ver la nueva película de Sylvester Stallone?" Yo me senté en la última fila de esa sala de Long Island, y oía al público corear: "Rock-y, Rock-y, Rock-y". Recuerdo que Syl dijo: "Mis fans quieren que saque el revólver y mate al malo de la película; no quieren saber nada de diálogos. Es la Federación Mundial de Lucha Libre la que ha venido a evaluar esta película." A mí se me retorcía el estómago porque sabía que Rocky iba a quedarse cruzado de brazos los noventa minutos, paralizado por la confusión.» La película obtuvo una puntuación de 40. Harvey se puso lívido. Prosigue Mangold: «En mi cabeza, *Copland* estaba escrita para un público más selecto del que asistió ese día: casi todos los personajes morían y el héroe terminaba sordo. No había muchas posibilidades de eludir esa realidad.»

Pero tampoco había manera alguna de que Harvey dejara que su película con Stallone, en la que además trabajaban Keitel y De Niro –sobre todo De Niro–, se derrumbara, y por eso envió a Mangold a la sala de montaje, a hacer ajustes y cortes. (Un corte en el que Harvey insistió fue la toma de Stallone en ángulo bajo; pensaba que el culo del héroe se veía demasiado grande.) Sólo había una escena con Keitel y De Niro. Los actores no habían vuelto a trabajar juntos desde *Taxi Driver* (1976), cuando se convirtieron en estrellas, y los productores pensaron que ponerlos juntos en un par de escenas más podía mejorar la película. Sin embargo, Keitel rechazó de plano la idea alegando que, si algún día les tocaba hacer una película construida en torno a los dos, este episodio podría debilitar su caché.

Harvey insistió en que volvieran a rodar algunas escenas y se incorporasen otras nuevas. «Pensé que me habían empujado otra vez a hacer cine como se hace en los estudios», dice Mangold. «Me presionaron para que inyectara un poco de optimismo al final, para que mostrase que todo salía bien, que los malos recibían su merecido. Y Harvey añadió una escena con ese propósito.» El director afirma que un día lo llamó alguien de Miramax para decirle: «Harvey ha escrito una escena que le gustaría leerte.»

«¿Ha escrito una escena para la película?»

«Sí.»

«Pero si ya hemos acordado lo que vamos a filmar. No la aceptaré.» La escena en cuestión transmitía cierta sensación de bienestar: De Niro, que interpreta a un investigador de asuntos internos, le da a Stallone una placa del departamento de policía de Nueva York. «La escena me parecía espantosa; de repente, mis temores se hicieron realidad. La energía creativa de ese tipo es demencial, te estrangula. Pero terminé aprendiendo una gran lección: ¿para qué dármelas de malo?» Mangold llamó a De Niro y le dijo: «Harvey ha escrito una escena.»

«¿De qué va?»

El director se la describió. De Niro respondió con un gruñido y luego le preguntó: «¿Te gusta?»

«No.»

«A mí tampoco.»

«¿Qué hago? La escribió él y querrá...»

«No vamos a hacerla.»

«¿Y si te ofrece más dinero del que te pagó por toda la película? La ha escrito él, Bob.»

«No la haré.» Mangold colgó y se quedó pensando: No hay manera de rodar esa escena.

Y tenía razón. Dijo el director: «Harvey, si puedes conseguir que Bob la haga, me lo pensaré.» Pero nunca se volvió a mencionar el tema. No era, ni mucho menos, la primera vez que Harvey escribía escenas y trataba de que un director las incluyese. Durante el rodaje de *Blue in the Face*, de Wayne Wang, un derivado parcialmente improvisado de *Smoke* (de Wang y Paul Auster) ambientado en una tienda de tabaco de Brooklyn, despertó a Auster, que estaba en Europa, en mitad de la noche y exclamó: «¡Aquí Brooklyn! ¡Tiene que entrar Jackie Robinson!»* Al principio, Weinstein quería que todo el equipo de los Dodgers entrara en tropel al estanco, pero Wang y Auster lo convencieron para que sólo pusiera a Robinson. Es la escena más tonta de una película tirando a mediocre; una vez, en un pase de prueba, alguien soltó algo así como: «¡Vaya memez!»

Sabiendo el respeto que Harvey tenía por esas proyecciones, los directores, que querían eliminar esa escena, utilizaron este comentario en contra de él, pero Harvey no les hizo caso: «¡Qué sabrá ése!»

Copland se estrenó el 15 de agosto de 1997. El presupuesto ascendió finalmente a veintinueve millones de dólares, el triple de *Pulp Fiction,* una verdadera mala noticia para el plan de negocios de Miramax. Y aunque no le fue mal (recaudó cuarenta y cinco millones), Mangold recuerda: «Me sentí bastante jodido.»

Mientras *Copland* estaba en fase de posproducción, *Scream* ocupó su lugar en la pista de despegue. La película llevaba todo el otoño abriéndose camino por varias proyecciones de prueba. «Fue un *love-in*»,* recuerda Bob Weinstein. «En las dos casillas superiores la puntuación era de ochenta y noventa, "excelente y muy buena". La casilla de "encarecidamente recomendada" rondaba los noventa. Por lo general, te das por contento cuando le ponen un sesenta. No hubo nada que hacer: ni notas ni reuniones, nada. Teníamos un monstruo en las manos.»

Dice Konrad: «Harvey no le prestó mucha atención a *Scream*; sinceramente, no creía en esa película. Siempre estaba diciendo: "La verdad es que no entiendo qué hace Bob ahí. Él juega en su cajón de arena; yo en el mío."» La inflamable mezcla de amor e ira que un hermano sentía por el otro era un hecho constante en la vida de Miramax; era el ruido de fondo, la música ambiental contra la cual se representaban todos los demás dramas. Cuando Bob convirtió Dimension en una división que, en beneficios, terminó eclipsando a la de Harvey, se hizo cada vez más difícil no oír ese mar de fondo. Dice Foley: «Creo que es algo químico-espiritual, por decirlo de alguna manera: lo que le gusta a uno no le gusta al otro. Había ocasiones en que se enzarzaban en peleas, como hermanitos pequeños, en la sala de reuniones o delante del personal, durante una reunión.» Harvey intimidaba a Bob con su conocimiento del lado creativo del negocio; Bob intimidaba a Harvey con su facilidad para los números. Los empleados sabían que los hermanos no podían mirarse a los ojos. Conseguir que se hablaran por teléfono era

misión casi imposible, porque Harvey nunca esperaba a que se pusiera Bob y éste le hacía lo mismo a Harvey. Se pasaban días enteros sin dirigirse la palabra. Bob era el encargado de firmar los cheques, pero cuando tenían una discusión particularmente agria, no lo hacía y paralizaba el negocio.

Sin embargo, por más que riñeran, siempre terminaban haciendo las paces. Estaban entretejidos, eran hilos más apretados que el tweed. «Me pasaba el día peleando con mi hermano», dice Harvey. «Mi padre nos inculcó ese mecanismo John Kennedy/Bobby Kennedy, nosotros teníamos que ser John y Bobby. Ejercía sobre nosotros un control total: "Pelead primero y después perdonad." Por eso siempre estoy metiéndome en líos, porque peleo aunque no quiera hacerlo.»

Señala Tusk que ésa era la razón por la cual «lo peor que podías hacer era intentar enfrentarlos. Podían estar discutiendo en el pasillo sobre un asunto en el que tú tenías algo que ver, pero si intentabas decir, por ejemplo: "Oh, yo lo hice únicamente porque me lo dijeron del despacho de Bob", Harvey, el mismo que un momento antes estaba discutiendo a muerte con su hermano, se volvía y decía: "¿Booob? ¿Es cierto?" "¡No!" Y entonces se te lanzaban encima los dos». Añade Foley: «Pese a ese psicodrama fraterno que se traen, son una sola persona, siempre. Es algo primordial, ocurrió antes de que el cielo y la tierra se separasen, y no hay nadie que pueda meterse entre ellos y abrir empujando desde dentro. Eso no lo veremos jamás.»

La distribución era uno de los peores trabajos en Miramax. En palabras de Bowles: «Es imposible hacer nada bien. Si consigues seis pantallas en multicines, ellos quieren siete.» Dice Foley: «Estrenabas una película de Bob y él se encargaba de hacerte la vida imposible; después era Harvey el que se metía en tu vida y hacía de jefe de lunes a sábado. Cuestionaban todo lo que hacíamos.» Foley estaba dispuesto a marcharse: «A mí, lo que me

pasaba era que cada vez que hablaba por teléfono [con ellos], después me sangraban los oídos por una razón u otra. Bob y Harvey me volvían loco. Colgaba y recibía otra llamada, una de las cientos de llamadas que recibía todos los días: "Tienes tal problema con tal distribución en San Francisco o en Seattle." Y eso después de salir con vida de un choque frontal. Yo me limitaba a decir: "Oh, lo siento; me sangra la aorta, pero voy a ocuparme de eso." Para ellos eras un terreno de juegos psicológico, algo así como la "invasión de los ladrones de mentes".* Jugaban contigo, eran tus dueños, te dejaban lisiado, te destrozaban. Harvey decía un montón de falsedades simplemente para fastidiarte; tonterías, sólo para demostrar que eras un ineficiente, un inepto.» Cuando Foley llegó a Miramax, pisaba fuerte. Vestía con mucha elegancia, siempre parecía estar en plena forma. Al cabo de un tiempo, se le pusieron ojos de mapache y una expresión abatida. Perdió peso. La ropa que llevaba parecía tres tallas más grande que la suya, el cinturón se lo ajustaba en el último agujero, la cintura de los pantalones le formaba bolas como cuentas de un collar.

Harvey se había pasado semanas enteras hostigándolo por una película de Dimension llamada *Supercop*, con Jackie Chan y Michelle Yeoh, que no había satisfecho sus expectativas. Foley recuerda especialmente una noche, durante una proyección de prueba de *Scream* en Seaucus, Nueva Jersey: «Harvey me dijo: "¿Sabes cuánto recaudó *Supercop* en tal sala?"

»"No, no lo sé."

»"Pues yo sí, porque lo sé todo. Lo leí durante las vacaciones."

»"Estupendo. Me alegra que hayas tenido vacaciones, yo llevo tres años sin vacaciones. ¿Vas a condenarme a algún puto cine en medio de la nada? ¿A qué viene esto?" Tenían algo ferozmente rapaz.» Mientras Foley se cocinaba a fuego lento en la sala, Bob o Harvey se levantaban y salían, echándole una mirada al pasar, volvían a entrar cinco minutos más tarde, lo sacaban de la proyección y le decían: «Vamos a despedirte.» Foley pensó: Lo he conseguido, lo he conseguido. «Muy bien, fantástico.», dijo.

«Vamos a pagarte lo que establece tu contrato.»

«Muy bien.» Foley sabía que los hermanos despedían a la gente un día y volvían a contratarla al siguiente, y que normalmente la gente volvía. Pensó: Voy a volver a trabajar y Harvey va a decirme: «¿Lo ves? Puedo tratarte de esta manera si quiero, puedo degradarte.» Y yo dije no, voy a trazar una línea. «Y por ese motivo me fui», dice ahora. «No tenía otro trabajo, pero ésa fue la gota que colmó el vaso, porque volver ahí, con ese rollo de que ellos son los que mandan... es algo que termina siendo diabólico. Cuando los Weinstein mueran, la gente dirá que eran unas bellísimas personas. Y no lo son, son crueles. Son muy, muy morbosos. Desprecian a la humanidad.» Foley nunca regresó.

Bob había concebido la idea de estrenar *Scream* la semana de Navidad. «La [opinión ortodoxa] era: Muy bien, Navidad, temas navideños: las películas prestigiosas, las películas para familias, las más suaves, las más blandas», dice. Navidad es la época en que «se estrenan todas las películas de prestigio (entre comillas) de Miramax. Yo pensaba: Y nada para el público adolescente. Fantástico, voy a enfrentarme a *El piano*». Se pregunta Lechner: «¿Quién estrena una película tan sangrienta el día de Navidad? En la empresa, y fuera de la empresa, todos pensaban que Bob se había vuelto loco.» Bob dijo: «Todo el mundo me dice que estoy equivocado, los agentes de Wes, CAA, ICM, todos me llaman para decírmelo. Pero vamos a estrenarla.» Añade Konrad: «Bob se mantuvo en sus trece, había estudiado el tema, había estudiado a fondo a la competencia y analizado las cifras. Su despacho parecía la Bolsa de Nueva York. Contraprogramación, programación para su nicho. Nadie pensaba así en Navidad.»

Uno de los críticos más abiertos de Bob fue Cary Woods. Dice Kevin Smith, al que no le gustaba Woods: «Cary hizo lo peor que quepa concebir, es decir, discutir acaloradamente con Bob, y también en público, sobre la fecha de estreno de *Scream*. Bob puede ser más cabrón que Harvey si te metes con él. Cary se puso a decir: "Voy a ir a la prensa y diré que eres un imbécil. Vas a enterrarla." A Cary, que adoraba a las estrellas, le preocupaba su relación con Drew Barrymore. *Scream* se estrenó en Navidad y recaudó la friolera de cien millones de dólares. Cary quedó como el idiota y Bob como el

genio. Lo despidieron. "No vamos a renovarle el contrato." Y eso sólo para dar otra vuelta de tuerca; yo respeté la decisión, de veras, porque en última instancia, si quieres estar en este negocio, a veces la cosa tiene que ser muy personal. Mantuvieron a Cathy Konrad, que era la número dos, e hizo dos películas más de la serie *Scream*. Harvey y Bob eran dos tíos que no debían tomárselo como algo personal, porque dirigen el estudio, pero tenían el aplomo necesario para decir: "Que se vaya a la mierda. ¡Conservamos a Cathy sólo para joderlo!" Y lo hicieron. Fue bastante ingenioso. Puedo respaldar a tipos así.»

Scream, que sólo costó 13,5 millones, terminó recaudando ciento setenta y tres millones a escala mundial. Dimension fue responsable de un treinta y siete por ciento de la recaudación total de ese año (93,4 millones con cinco películas, es decir, 18,7 millones por película). Por el contrario, Harvey estrenó cuarenta y dos que recaudaron ciento sesenta millones, o sea, una media de 3,8 millones. Dice Carlos Goodman, el abogado de Tarantino: «Se puede hablar de una Miramax antes de *Scream* y de una Miramax después de *Scream.»* Como indican los comentarios de Bob, el pequeño Weinstein debió de sentir una sacudida adicional de placer cuando desafió a las «prestigiosas» películas navideñas de Harvey y las derrotó. De hecho, mientras Harvey jugaba en su propio cajón de arena, Bob construía castillos en el suyo. No tuvo que pasar mucho tiempo para que Harvey intentase jugar también en el cajón de su hermano.

El Festival de Sundance de enero había sido un hito, con la imagen de Harvey acorralando a Jon Taplin contra la barra del Mercato aún grabada en la memoria de todo el mundo. La edición de 1997 fue un verdadero bodrio, especialmente dado que la estrella del año anterior, *La historia del Spitfire Grill,* había sido un estrepitoso fracaso, mientras *Shine*, pese a todo el aspaviento, no había sido el exitazo que New Line esperaba. En Miramax, el núcleo duro del

equipo de compras se había marchado o estaba a punto de hacerlo, comenzando con la brusca partida de Safford en la primavera de 1996. Mark Tusk, que había ingresado en la empresa en 1988, se marchó pocas semanas después, el 1 de abril, descontento con los cambios que se habían producido en la empresa. «Las dos terceras partes de las veces, Harvey no hacía nada con las películas que yo recomendaba», dice. «Se había vuelto más difícil abordarlo, conseguir que se sentara a ver una película, que se concentrara, porque estaba ocupado haciendo toda clase de cosas.» Trea Hoving, en Miramax desde 1989, lo siguió en junio de 1997. Los reemplazaron Amy Israel y Jason Blum.

Con todo, si ahora parece claro que, a medida que se ponía el sol en la carrera de los integrantes del *dream-team* de Miramax, en aquel momento no se veía con claridad que también terminaba la edad de oro de las compras. Animados por la guerra de ofertas del año anterior, los agentes y representantes eran cada vez más reacios a exhibir prematuramente sus mercancías, con la esperanza de detectar un frenesí de compras en el festival. El propio Geoff Gilmore desalentó a los cineastas invitándolos a que no proyectaran sus películas antes de Sundance, precisamente, al parecer, para fomentar el clima de «Día del Presidente»* en los grandes almacenes Bloomingdale que dominaba cada vez más el evento. Los compradores que removían el suelo de Sundance todavía podían encontrar algunas gemas. Fox Searchlight compró *Full Monty*, que se estrenó el 13 de agosto de 1997 con unos beneficios de 45,9 millones. *In the Company of Men*, el ácido retrato de hombres solteros al acecho dirigido por Neil LaBute y comprado por Sony Classics, recaudó unos muy respetables tres millones. Fue un momentáneo revés para el emergente consenso sobre películas que hacían sentir bien, como *Los hermanos McMullen*. Sin embargo, la mayoría de las películas que se compraron a toda prisa fueron un fracaso y alimentaron la reciente convicción de que los festivales no eran buenos indicadores del éxito comercial. Dice Michael Barker, de Sony: «Esas películas compradas en Sundance perdieron tanto dinero que fueron una lección para todos nosotros.»

Después de un decepcionante estreno prenavideño, Miramax lo intentó otra vez en enero con *El otro lado de la vida*. Dan Talbot había intentado sacar la película de Billy Bob Thornton del Lincoln Plaza Theater, donde se proyectaba ante una sala vacía. Weinstein, que estaba de vacaciones en San Bartolomé con su familia, llamó a Talbot: «No me importa lo que piensen los críticos. No me importa lo que piense nadie. No me importa si tengo que llevar esta película a cuestas, no pienso tirar la toalla. No puedes deshacerte de *El otro lado de la vida*. Ya verás que el público irá.»

Harvey relanzó la campaña presentando a Thornton como el mismo personaje que interpretaba, todo lo «pequeño Karl» que era capaz de parecer. «Hice anuncios televisivos con Billy vestido con camisa de faena contra un fondo paradisíaco, hablando de *El otro lado de la vida* mientras se proyectaban escenas de la película.» Thornton se convirtió en el primer director, desde Tarantino, que Miramax sacó del arroyo y convirtió en estrella de la noche a la mañana. En palabras de Smith: «Creó el fenómeno de reconocimiento instantáneo alrededor de un tipo que sólo había hecho una película. Nadie ve *El otro lado de la vida* y piensa que es una película hecha con mucha habilidad. De repente dijeron: "Oh, Dios, a Billy Bob le interesa esta película, le dará un toque mágico." Eso significó llevar el márketing del director al siguiente nivel. No quiero decir que no sea un actor fantástico, pero Billy Bob Thornton es, se mire por donde se mire, una creación de Miramax.»

Prosigue Weinstein: «Los anuncios televisivos se pasaron por cable en Los Ángeles como parte de la campaña para la Academia y las recaudaciones empezaron a subir. Empezó a funcionar el boca a boca. Después pasé a las grandes cadenas y de golpe todo cambió. Fue una locura.» La película se convirtió en un fenómeno; la gente paseaba aclarándose la garganta como hacía Karl. «Creo que si no se la hubiéramos vendido por diez millones, nunca se habrían molestado en reestrenarla. Habría ido directamente a vídeo», comenta Cassian Elwes. «Tengo que reconocérselo a Harvey porque, a pesar de lo loco que es, y a pesar de todo lo desagradable que puede ser, es realmente magistral cuando quiere conducir a sus

tropas y forzarlas a centrarse en la mejor manera de lanzar una película.»

La suerte de Thornton recibió otro afortunado golpe cuando en febrero de 1997 se dieron a conocer las nominaciones a los Oscar. Thornton obtuvo dos por *El otro lado de la vida* (mejor actor y mejor guión adaptado). Por su parte, *El paciente inglés* cosechó doce, incluida la mejor película. En total, las películas de Miramax consiguieron unas fenomenales veintiuna nominaciones, sólo unas pocas menos que en 1994, el año de *Pulp Fiction*. El resto se repartió entre *Emma, Trainspotting, Nadie está a salvo (Ridicule)* y *Kolya*. Sin embargo, pese a los potentes resultados conseguidos por Miramax, la gran noticia fue que a la pequeña October –que en 1996 había cumplido sólo tres años– le fue igual de bien teniendo en cuenta su tamaño, pues obtuvo seis nominaciones, todas en las categorías principales, cinco por *Secretos y mentiras* (mejor película y mejor actriz, para Brenda Blethyn) y una por *Rompiendo las olas* (mejor actriz para Emily Watson). Por primera vez los independientes monopolizaron prácticamente las nominaciones. Además de para *Secretos y mentiras* y *El paciente inglés*, las otras nominaciones a mejor película fueron para *Fargo*, de los hermanos Coen, y *Shine*, de Scott Hicks. *Jerry Maguire*, de Cameron Crowe, fue la única película de estudio que obtuvo un lugar en la mesa. El mensaje parecía claro: Cenicienta se había calzado el zapatito de cristal.

En marzo, en la noche de la ceremonia, Thornton pisó la alfombra roja llevando del brazo a la que era su mujer desde hacía cuatro años, Pietra, que tenía veintisiete años (Billy, en cambio, ya rozaba los cuarenta). Pietra, que había posado para un desnudo a toda página en *Playboy* de enero, asombró a todo el mundo con un ceñido vestido que apenas contenía sus turgentes pechos. «Dios me dio este cuerpo y no tengo por qué avergonzarme. Soy madre, no una libertina ni nada por el estilo», dijo Pietra a la prensa. «Sí, me he hecho la cirugía en los pechos –antes tocaban el suelo– y por eso tengo estos dos nuevos y tan grandes. Estos pechos hacen que todos me miren.» Sin embargo, esa noche no la ayudaron mucho. A las cuatro de la mañana regresó a su casa en una limusina, con la

madre de Thornton, dejando a su esposo en la fiesta de los Oscar. Los tabloides dijeron que el director había ligado con Laura Dern.

Cuando terminó la ceremonia, *El paciente inglés* se marchó como vencedora absoluta, cargada con unas asombrosas nueve estatuillas, incluidas mejor película, mejor director, mejor montaje y mejor actriz de reparto (Juliette Binoche). Dos fueron para Walter Murch (mejor montaje y mejor sonido). Dijo Murch, modestamente: «Se parece a hacer uno de esos tests en los que una cosa no se corresponde con las demás. Suelen poner cuatro frutas distintas y, por ejemplo, un búfalo. Pues yo aquí soy el búfalo.» Miramax se llevó ocho estatuillas en total; October, ninguna. Bingham Ray se enfadó. Universal invitó a la gente de October a sentarse con ellos en el tradicional «Baile del Gobernador», pero Ray anunció: «Somos los perdedores; me voy al hotel.»

La noche de los Oscar, Anthony Minghella había invitado a Steven Soderbergh a la fiesta de Miramax: «Oh, tienes que venir.» Soderbergh ya había vuelto de Baton Rouge, pero sólo llevaba un par de meses en la ciudad. Seguía buscando un distribuidor para *Schizopolis* y aún no se había estrenado tampoco *Gray's Anatomy*, su nueva película. También había trabajado en un repaso de *Mimic*, donde se suponía que tenía que arreglar el asunto de la relación sentimental entre los dos protagonistas, pero al final se excusó, aduciendo que no era el más indicado para diseñar unas buenas relaciones sentimentales. Asimismo, luchaba en vano para producir un guión de Charlie Kaufman llamado *Human Nature* (que más tarde dirigió Michel Gondry) con un bajísimo presupuesto de nueve millones de dólares. Dice Soderbergh: «Que nadie quisiera hacer una película por esa cantidad fue un momento aleccionador, me indicó que yo estaba muy fuera de onda.»

El día de los Oscar había estado rodando en la segunda unidad de *Pleasantville*, de su amigo Gary Ross. «Llegué a la juerga de Miramax y estuve un rato dando vueltas, pero no pude encontrar a Minghella», recuerda ahora. «Luego lo vi a través de un cristal, en la sala VIP. El tipo de seguridad no me dejó pasar. Le dije: "Ahí está la persona que me ha invitado." Y me dijo: "No me importa." Estaba diciéndome que no había manera, que era imposible que entrase en

esa sala. En una pantalla de cuarenta y dos pulgadas instalada detrás de su cabeza, dentro de la sala VIP, estaban pasando tráilers de todas las películas de Miramax. ¡Y cuando menos me lo esperaba vi el de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo!»* Soderbergh se volvió hacia su acompañante, la productora Laura Bickford, y le dijo: «¡Aaay! Ésa es la señal, tenemos que irnos. ¡Tenemos que marcharnos ahora mismo!» Soderbergh había caído muy bajo. En realidad, había tocado fondo.

Las dos nominaciones de *El otro lado de la vida* contribuyeron a que las recaudaciones en territorio nacional fueran de 24,4 millones. (Tradicionalmente, son las nominaciones, más que los Oscar, las que disparan la taquilla.) Dice Harvey: «Vendimos doscientas cuarenta mil cintas de vídeo, y los derechos al extranjero por siete millones. Ganamos veinte millones con esa película.» Por supuesto, los participantes en los beneficios tenían puntos, el porcentaje del tonto, como dijo Eddie Murphy, porque los métodos de contabilidad de los estudios hacían muy improbable que los participantes en la producción vieran algo de dinero al margen de cuánto ganara la película. En esto, Miramax no era diferente. «Cuando les presentabas un informe de producción, afirmaban haber perdido millones», dice Larry Meistrich. «Lo cual, por supuesto, era una broma. No creo que hubiese pérdidas. Ni Thornton ni Meistrich vieron jamás su parte de los beneficios.» Dice Elwes: «Harvey es como Pac-Man, el de los jueguitos. Tiene que comérselo todo.» Meistrich consideró en serio la posibilidad de llevarlos a juicio, pero al final decidió no hacerlo. «En este negocio, ir a juicio no vale la pena», prosigue. «Yo no lo hacía por los dólares que podía ganar con esa película en concreto. Seguí adelante. Billy y yo hicimos otra película con Miramax, *Daddy and Them*, y yo no quería arruinar las posibilidades de Billy. Prefería aceptar los honorarios de *Daddy and Them* antes de gastar dinero en contables.» Replica Harvey: «Meistrich no cobró nada porque le pagamos diez millones por los derechos de una película que sólo había costado un millón. En realidad, ganó 8,9 millones por adelantado.»

Apenas tres semanas después de los Oscar, Thornton volvió a aparecer en todos los tabloides y columnas de cotilleos, más trigo

para el molino de publicidad de Miramax. El 8 de abril, Pietra pidió el divorcio, acusando a Thornton de que, en los cuatro años que llevaban de casados, le había pegado en la cara e intentado estrangularla y ahogarla; al parecer, también le había mordido la oreja, lo que la hacía temer por su vida. Según la demanda, Pietra afirmaba que Thornton le había dicho: «Voy a matarte y después iré a la cárcel. Nuestros hijos quedarán huérfanos.» Thornton lo negó y contraatacó diciendo que era ella quien había amenazado con matarlo. Por lo que respecta a la oreja mordida, él dijo que sólo era un jueguito sexual. «Su defensa a lo Marv Albert no va a funcionar»,* dijo Pietra. «Yo nunca afirmé que me mordiera mientras teníamos relaciones sexuales... Me mordió por rabia, con malicia. Para ser franca, nuestra vida sexual era bastante aburrida.» Según una de las columnas de cotilleos, Thornton la golpeó con el Oscar, pero él lo negó. Pietra se mudó a una nueva casa en Malibú, donde dedicó su tiempo a la oración. «Me crean o no, soy una cristiana muy devota», le dijo a la prensa. «Es probable que haya leído la Biblia más veces que los pastores. De lo único que hablo en casa con los niños es de Jesús.»

Como un experimento de laboratorio que ha salido horriblemente mal, la pequeña October se convirtió en el crisol en el que los agentes volátiles –el arte contra el dinero, los independientes contra los estudios– actuaban y reaccionaban hasta prender fuego y dejar la empresa literalmente en ruinas. Comparadas con las recaudaciones de *El paciente inglés* y *El otro lado de la vida*, de Miramax, las cifras de *Rompiendo las olas* y *Secretos y mentiras* apenas habían rizado las aguas. Dice Bingham Ray, un poco a la defensiva: «Esas dos películas fueron las últimas que manejamos a la antigua, como me habían enseñado a hacerlo, y con las dos obtuvimos beneficios. Puede que sólo nos permitieran llegar con comodidad a la segunda base, o a la tercera un poco más apurados, pero para mí, en lo que atañe a rentabilidad, fueron sendas carreras completas.»

A pesar de todo, con las nominaciones y los premios, *Secretos y mentiras* y *Rompiendo las olas* pusieron a October en el mapa; se

justifica que Ray reivindicara para él el mérito por ambas. El éxito, incluso un éxito modesto, cambia el paisaje de las expectativas. En las inmortales palabras de Woody Allen en *Annie Hall*, las relaciones, como los tiburones, tienen que avanzar o morir, y las empresas cinematográficas no son diferentes. Dice Ray: «Avanzamos mucho. John Schmidt y Amir Malin comenzaron a hablar de cómo "hacer crecer" la empresa. Necesitábamos más financiación para pasar al "siguiente nivel". Llegué a odiar esa expresión, la oía todos los putos días.» Replica Schmidt: «No era codicia. La realidad es que, cuando eres un distribuidor de películas independientes, tienes que ingresar dinero para seguir comprando y distribuyendo películas de un modo agresivo. New Line lo hacía, Miramax también. Si no aumentas el capital cuando se abre una ventana, eres un tonto.» Los socios tenían que conseguir nuevos inversores, diluyendo así aún más sus ya diluidas acciones, o nadar y meterse en la boca de un pez más grande. Además, en ese momento October estaba a punto de perder unos seis o siete millones con *Carretera perdida*, de David Lynch. Ray había convencido a sus socios para que la comprasen. «Toda la buena voluntad, todo lo que habíamos ganado en 1995 y 1996, se desvaneció», dice. Y añade Schmidt: «Si no cerrábamos un trato, habríamos desaparecido en tres meses. No podíamos permitirnos encajar un golpe como ése.»

De todos los estudios, Universal parecía el más apropiado. Schmidt vivía en Riverdale, un próspero distrito al norte de Manhattan. Uno de sus vecinos era Frank Biondi, director ejecutivo de Universal Pictures, cuya mujer era íntima de Wendy, la esposa de Schmidt. Los socios de Schmidt le dijeron: «Si vas a jugar la carta Frank Biondi, ahora es el momento. Llama a Frank, John. Llámalo y averigua si está interesado.» Así, en febrero de 1997, la oveja llamó al lobo para preguntarle si tenía hambre. Y el lobo tenía hambre.

Chris McGurk, la niñera de los Weinstein en Disney, se había sumado al éxodo que a finales de 1996 dejó casi desierto este estudio para empezar de director de operaciones de Universal Pictures. «Tenía mucha experiencia con el aumento de beneficios que se podía generar combinando un estudio con una empresa de películas especializadas y con una manera de hacer negocios –

aptitudes creativas y de márketing– que ya no se practicaba en los grandes estudios», dice McGurk. «Pero también vi que Miramax había comenzado a apartarse del negocio principal, el que les había dado tan buenos resultados, vi que estaban dando un paso adelante y produciendo películas de quince, veinte, treinta millones, apuestas muy, muy fuertes. En fin, que Harvey no quería ser sólo Harvey Weinstein, quería ser Louis B. Mayer, el magnate. Vi que estaba creándose un vacío. A eso hay que sumarle el hecho de que él y Bob habían exasperado a todo el mundo con su preponderancia, y que en Europa el sentimiento anti-Weinstein era aún más negativo que aquí, por lo cual Harvey no había penetrado en ese mercado todo lo bien que hubiera podido. Vimos la oportunidad de comprar October Films y presentarla como la anti-Miramax, como la alternativa Ray Bingham, con Bingham como un Harvey Weinstein más amigo de los actores y los directores.»

También estaba interesado Bain Capital, un grupo financiero muy próspero con base en Boston. Bain, siempre en busca de empresas para comprar, había estado olisqueando por Los Ángeles poco antes. El grupo, enfrentado a la opción de comprar la empresa de lencería de cuero o la empresa de vídeo, es decir, Fredrick's de Hollywood o Live Entertainment, escogió Live. Esta empresa poseía una muy respetable videoteca montada improvisadamente con el stock de empresas ya difuntas como Carolco y Vestrom. Cierto, ahí había mucha basura, pero también un poco de oro, como *Dirty Dancing, Reservoir Dogs*, los *Rambos* y muchas películas de Arnold Schwarzenegger, como *Depredador* y la serie *Terminator*. Bain pensaba que todo eso podía encajar muy bien con October. Y Malin entendió a la perfección este plan de negocios, pues aspiraba a algo más importante que pasar películas a vídeo.

Por su parte, Schmidt y Ray preferían Universal. Aunque este estudio era la academia militar West Point comparado con el parque para bebés de October, era preferible a Bain. Ray estaba harto de banqueros inversores; desde su punto de vista, Bain era una empresa dirigida por una panda de arrogantes vestidos con camisa de rayas y tirantes que sólo bebían cerveza Heineken por litros. El plan era vender al estudio el cincuenta y uno por ciento de October

y utilizar los grandes bolsillos de Universal para hacer crecer la compañía.

Los mandamases de ambas empresas celebraron esta nueva asociación con una cena en un reservado en la planta alta de Prego. Cuando terminó la cena se pusieron a tomar unas *grappas*. Malin estaba de pie junto a la ventana que daba a las luces de Beverly Hills cuando McGurk gritó: «Amir, escucha. ¿Esperas llevar la distribución cuando todo esto pase?» Como McGurk sabía muy bien, las aspiraciones de Malin eran mucho más ambiciosas. Schmidt se echó a reír, pero recuerda que: «Fue una puñalada al estómago de Malin.»

Luego Malin hizo una estupidez, o al menos en ese momento así lo pareció. Se acercó a Ron Meyer, director ejecutivo de Universal, por intermedio de uno de sus amigos de la directiva de October, y le preguntó si él era el hombre clave en el trato. En otras palabras, le dijo que si él no nos secundaba, seguiría adelante sin él. A Meyer, Biondi y McGurk les pareció una pregunta cuando menos extraña. En todo caso, les indicaba que Malin había estado negociando en otra parte, muy probablemente con Bain. Y dijeron algo así como: «Diríamos que ese punto tienes que tratarlo con tus socios; no es de nuestra incumbencia.» McGurk y Malin nunca se habían caído bien. McGurk llamó a Ray y le preguntó: «¿Qué diablos se cree que está haciendo? No me gustaría tenerlo de socio.» Según Malin: «Bingham temía que, por haberme acercado a Ron Meyer por un camino algo tortuoso, pudiera torpedear todo el asunto.» Y afirma que su intención era precisamente la contraria: «No quería un escenario en el que, si decidía marcharme, el trato peligrase. Sólo quería cerciorarme de que se hiciese.» Una vez seguro de que el trato se cerraría con él o sin él, se sintió libre para marcharse.

No obstante, Ray y Schmidt montaron en cólera pues pensaban que Malin había intentado una táctica evasiva sin que ellos lo advirtieran. «Cualesquiera que fuesen sus intenciones, nos dio de lado», dice Ray. «Y eso me cabreó mucho. Su ego siempre le decía que él era el hombre clave, que si Universal hubiera dicho: "Si tú abandonas, no cerraremos este trato", habría tratado de aprovechar esa oportunidad para reestructurar toda la sociedad. "Eso significa

que yo soy el que manda. A la mierda John, a la mierda Ray, a la mierda October." Pero interpretó mal el mensaje.» Schmidt lo veía de la misma manera: «Fue una jugada desestabilizadora. Si Meyer hubiera dicho: "No haremos ese trato sin ti", Amir habría tenido la munición necesaria para atacarnos.»

En todo caso, Ray añade: «Quise actuar rápidamente para extirpar de raíz ese maldito cáncer. Vi la oportunidad de darle una buena a ese cabrón, y con la bendición de Universal.» Dice un ejecutivo de Universal: «Amir escogió un pozo de agua envenenada y lo usó treinta días después de cerrar el trato. Entonces la idea fue quitárnoslo de encima.» Ray llamó por teléfono a Schmidt, al Chateau Marmont, el hotel en que se alojaba en Los Ángeles, y le pidió también su bendición. Schmidt dijo: «Bueno, ¿qué quieres hacer?»

«Tenemos que atacar ahora mismo. Déjame que lo despida. ¡Estoy en el pasillo!»

«¿Ahora? Volveré al despacho mañana. Quiero hacerlo contigo.»

Colgaron. Cinco minutos más tarde, Ray volvió a llamar: «¡Te digo que ahora mismo! ¡Me dispongo a atacar!» Ray pensó: John prefiere no ser desagradable y belicoso, pero me importa un rábano. A mí me encanta el enfrentamiento, acosar a la gente. Schmidt le dijo: «De acuerdo, no pienso detenerte.» Y Ray entró con todo en el despacho de Malin, el espectacular despacho de la esquina, el más grande de toda la planta, y cerró la puerta todo lo histriónicamente que pudo aunque sin llegar a dar un portazo. Él lo cuenta así: «Me senté en el sillón de piel sintética, el sillón italiano que había costado un dineral, el que tenía delante de su pretencioso escritorio de imitación con sobre de cristal, y le dije: "Acabo de oír una historia muy interesante. La verdad es que me inquieta, y a John también. Nos inquieta mucho. Creo que tenemos que hablar del asunto."»

»"¿De... de qué se trata? ¿De qué historia hablas? ¿Qué te han contado?"

»Al principio, por supuesto, su instinto le dijo que lo negara todo.

»"Amir, creo que sabes lo que tienes que hacer."

»"¿Qué tengo que hacer?"

»"Creo que sólo puedes hacer una cosa. Sabemos exactamente

qué has hecho, o lo que has tratado de hacer."

»"¿De qué estás hablando?"

»"No me obligues a decirte qué has estado haciendo los últimos diez días. Basta con que te diga que lo sé todo, que John también lo sabe. Los dos pensamos que tienes que marcharte." Malin intentó negarlo, pero yo lo detuve. "Es como si dijera que no funciona. Nadie va a sacarte del atolladero. Tendrás que asumir las consecuencias."

»"De acuerdo, me iré, me iré."

»Se asustó; puede que pensara que iba a pegarle. Es uno de los gallinas más grandes de todos los tiempos. Siempre lloriqueando; temblaba como un flan, es un temblón. Voy a hacer una película titulada *El temblón. La historia de Amir Malin*. Y lo despedimos. Me subió una sensación por la espina dorsal... imagino que algo parecido a lo que un heroinómano siente cuando se pincha. Yo muy satisfecho sentado ahí frente a ese cabrón, cargándomelo. Nadie lo había hecho antes, pero él sí, Malin se había cargado a mucha gente, buena o mala, bien o mal, mal la mayoría de las veces. Ahora recibía su merecido. Había intentado echarnos, y lo había conseguido con Lipsky, pero no pudo hacer el resto. Le tocó caer sobre su propia espada. Fue uno de los días más felices de mi vida. Llamé a John y le dije: "Ya está hecho. Satán ha muerto."»

Malin afirma que fue él quien decidió marcharse por voluntad propia. «Me senté con Bingham cuando tomé la decisión; hablamos», dice acerca de su reunión con Ray. «No fue una conversación fácil, pero tampoco un enfrentamiento.»

Malin, que entonces tenía cuarenta y cinco años, hizo las maletas y se pasó a Live Entertainment, rebautizada luego Artisan. Universal pagó unos míseros catorce millones de dólares por el cincuenta y uno por ciento de la empresa. October, que había sido la más grande y más exitosa de las auténticas independientes, pertenecía ahora a un estudio. Sin embargo, el trato permitió que su línea de crédito pasara de veinticinco a cien millones, con la esperanza de transformar la empresa en una especie de central eléctrica a fin de que, a los cinco años, cuando Universal comprase el cuarenta y nueve por ciento restante, los inversores hicieran un gran negocio.

El futuro de October no podía parecer más brillante. La empresa había aparecido en un artículo destacado en la revista *New York,* donde la llamaron –¿lo adivinan?– «la nueva Miramax», cosa que irritó mucho a los hermanos Weinstein. Cuando en mayo de ese año los distribuidores coincidieron en Cannes, justo después de que se anunciara el trato de October con Universal, ocurrió lo inevitable. Ray entró en medio de una proyección y vio que Harvey ya estaba allí, a tres asientos del pasillo. «Durante años nos trataron a todos más o menos igual», recuerda Ray. «Hasta que se instaló esa gran división entre Harvey el magnate y los demás. Los representantes de las películas estaban siempre lamiéndoles el culo descaradamente. Era demencial; tenían asientos, filas enteras reservadas para Miramax. Me quedé de pie en el pasillo y Harvey se volvió hacia mí y me dijo: "Creo que veremos lo buenos que sois ahora, ¿no?"

»"Harvey, ¿qué es lo que tengo que parece que te saco de quicio? ¿Me tienes miedo?"

»"¿Qué? ¡Ja!" De repente, me di cuenta de que se había hecho un silencio mortal. Harvey gritó: "¿Pero qué dices? ¡Yo no te tengo miedo!"

»Harvey, ¿por qué no te vas a la mierda, quieres? Tú empiezas; primero me saludas y luego estallas y arremetes contra mí. ¡Que te den por culo!"

»"¿QUE ME DEN POR CULO? ¿TÚ ME DICES A MÍ QUE ME VAYA A TOMAR POR CULO? ¡PEDAZO DE MIERDA! Ahora veremos si de verdad tienes talento. Se va a enterar toda la ciudad cuando te reviente a patadas." Intentó ponerse de pie, pero..., ya sabes, es alto y corpulento, y las butacas eran pequeñas. Simplemente no pudo levantarse y plantárseme delante. Le grité: "¡Levántate! ¿Qué pasa? ¿No puedes levantarte? ¡LEVÁNTATE!" Pero no pudo. Después, cuando salí de la sala, Tom Bernard pasó a mi lado. Bernard no me había dirigido la palabra en la vida, salvo para mandarme a la mierda al pasar, pero esta vez dijo: "Harvey estaba depre; no pudo levantarse. ¡Tendrías que haberle dado un trompazo!"»

El paciente inglés comenzó a convertirse en una máquina de hacer dinero: recaudó 78,6 millones de dólares en los Estados Unidos y ciento cincuenta en el extranjero, un total de 228,6 millones en todo el mundo. Los mercados secundarios, principalmente el vídeo, acumularon aún muchos más millones. Sin embargo, no hay que olvidar que la película era una criatura de Zaentz; seis años después el productor se quejó de que no había visto ni un céntimo de Miramax aparte de los cinco millones que Harvey había pagado antes a los actores, pero no a él. (El día de los Globos de Oro, Miramax pagó a los actores y al equipo los 2,5 millones que les debían en concepto de los salarios que la empresa les había pedido que aplazaran.)

Aunque en *Los Angeles Times* Harvey se preguntó, retóricamente: «¿Por qué tienen los directores que vivir de rentas y el equipo y los actores aplazar sus salarios simplemente porque trabajan en la arena independiente?» Pero tampoco el equipo ni los actores vieron nada de los restantes siete millones. Minghella cobró setecientos cincuenta mil dólares por el guión y la dirección. Prorrateada en los cuatro años que dedicó a la película, su remuneración ascendió a ciento ochenta y siete mil quinientos dólares anuales, la mitad de los cuales aplazó. Dice el director: «Desde entonces no he recibido un centavo.»

Según varias fuentes, a lo largo de esos seis años, los pagos siempre estuvieron a punto de producirse. «Cobraréis en octubre.» Pero octubre llegó y se fue. «Cobraréis en abril.» Y más de lo mismo. En otoño de 1999, Zaentz auditó a Miramax para establecer, entre otras cosas, cuánto dinero había ganado la compañía en los mercados secundarios a fin de determinar cuándo la película comenzó a obtener beneficios. Zaentz los amenazó con llevarlos a juicio. La respuesta de Harvey era siempre la misma: «Adelante. Somos Walt Disney Co., tenemos doscientos abogados sentados en sus despachos sin nada que hacer. ¿Estás dispuesto a pagar un millón de dólares para contratar a un abogado? ¡Faltaría más!»

«Harvey el monstruo», dice Harvey con sarcasmo. «Gastamos cuarenta y dos millones en copias y publicidad. ¿Queríamos el premio de la Academia? ¡Sí! ¿Gastamos demasiado? ¡Sí! Hicimos lo

que teníamos que hacer. Lo que desde entonces ha fastidiado a Saul es que vendí por anticipado los derechos extranjeros. Nunca había firmado un talón de tantos ceros por una película, me temblaban las manos y, claro, tenía que protegerme. En retrospectiva, ésa fue una de las decisiones más estúpidas que jamás se hayan tomado, no sólo para Zaentz, sino también para nosotros. A resultas de ello, [no hay] el dinero que él cree que hay. Siempre está diciendo que le debemos dinero, pero no nos ha demandado. Es mucho más divertido cenar con la prensa un día sí y otro también. ¿Qué más van a preguntarle a Saul Zaentz? ¿Sobre su última película? Él solito ganará unos cien millones con *El señor de los anillos*. Harvey, es decir, yo, es el responsable de que ahora Zaentz valga cien millones de dólares. Si cree que son cinco millones lo que le debe a su equipo por *El paciente inglés*, debería levantar la mano y decir: Hice una fortuna con *El señor de los anillos*, aquí está el maldito dinero. Que calle de una vez y que firme el cheque.»

«¿Qué tiene que ver la velocidad con el tocino?», replica Zaentz. «Tenemos que pagarles, pero para eso tenemos que sacarle el dinero a él.» En realidad, afirma que piensa demandar a Miramax: «Vamos a hacerlo. De lo contrario, no habría gastado lo que he gastado ni contratado abogados. Está lleno de mierda, como siempre.»

Por supuesto, es posible que Miramax tenga razón. *El paciente inglés* se compró en una venta forzosa; no cabe duda de que los Weinstein negociaron bien. En palabras de Jeremy Thomas: «Eres tú el que lanzas el bote al agua; a menudo, cuando necesitas un salvavidas, te sientes increíblemente débil y te metes en unos líos impresionantes.»

Zaentz dice que Harvey «es un vendedor ambulante con carretilla que pone alegremente el pulgar en la balanza cuando la vieja viene a comprarle carne. Siempre que he hablado con él del asunto, ha dicho: "Yo hago cine, no soy contable."» Walter Murch, el talentoso montador de *El padrino III* y de *Apocalypse Now,* que ganó dos Oscar por *El paciente inglés,* dice que todavía le deben un tercio del salario aplazado. Cuando habla de esta lamentable situación, dice estar «enfadado/resignado», y añade: «En lo tocante a los Oscar,

puede decirse que ese año *El paciente inglés* ganó la Super Bowl, algo muy importante para Miramax y Disney. Bueno, eso fue posible no sólo gracias a su máquina publicitaria, sino también gracias a la gente que hizo la película. Y uno tiende a pensar que, si gana la Super Bowl, le darán una prima o algo. Pero nosotros sólo conseguimos el Oscar –y estoy muy contento de haberlo ganado–; no vimos el dinero que decidimos aplazar para que se hiciera esa maravillosa película. Siempre el mismo truco, siempre la misma cantinela. Fue la primera vez que tuve que aplazar un cobro, y me timaron.» Murch montó luego *El talento de Mr. Ripley,* dirigida por Minghella y coproducida por Miramax (con Paramount): «En el momento en que acepté, había pasado poco menos de un año desde el estreno de *El paciente inglés*. Creíamos que el dinero estaba a punto de llegar, que sólo hacía falta un poco de paciencia», dice Murch. «Si tuviera que volver a hacer *Ripley*, me lo pensaría dos veces.»

La ironía radica, naturalmente, en que los explotados en estas situaciones no son los vagos y los de pacotilla, sino los buenos, los idealistas, ese puñado de exaltados para los que el cine no es sólo un trabajo, sino una vocación. Las mejores facetas del artista se vuelven contra ellos. Dice Murch: «Nuestra dedicación al material siempre superaba a nuestro interés económico. Si no nos importase, si sólo lo hiciéramos por dinero, entonces no seríamos las víctimas.» Miramax se ofreció a pagarle a Minghella el dinero que le debía en concepto de cobros atrasados, pero el director lo rechazó. «En lo que atañe al dinero, con *El paciente inglés* he tenido una posición muy clara. No me interesa cobrar mi dinero hasta que sepa que le han pagado a mi equipo. No podría mirar a esa gente en un plató sabiendo que yo he cobrado algo y ellos no.» En el año 2000, Minghella firmó el contrato para dirigir *Cold Mountain*, película que Miramax coproducía con MGM. ¿Empañó su manera de trabajar en este proyecto la prolongada e irresuelta situación relativa a *El paciente inglés*? Dice Minghella: «Sin duda alguna me resulta más difícil ir a hablar con mi equipo, por el que siento una enorme responsabilidad, y decir: "Vamos a hacer *Cold Mountain*, ¿estaríais dispuestos a aplazar vuestros salarios?" Soy incapaz de pedirles que

lo hagan. Así que ésa es una consecuencia del hecho de que el dinero no apareciera, una consecuencia desafortunada. De todos modos, me gustaría decir que los primeros cobros aplazados se hicieron porque los pidió Zaentz, no Miramax, si bien tampoco se me escapa la ironía de que, si Saul hubiera financiado *El paciente inglés*, yo ahora sería un hombre muy rico.» ¿Volvería a trabajar Zaentz con Harvey? «¡No! Billy Wilder dijo una vez, acerca de alguien que le caía fatal a todo el mundo: "¡Ni siquiera os molestéis en ignorarlo!" Es grosero con todos los que puede serlo. Es un hombre grosero.»

El éxito de crítica y de taquilla de la película de Minghella definió «la película Miramax» para el resto de la década e incluso después. Tras *Pulp Fiction*, por un tiempo pareció que eso sería lo que en adelante harían los Weinstein, películas demasiado *cool* y modernas para los estudios. Pero eso terminó con *Priest* y *Kids*. Por más que los Weinstein adorasen a Tarantino, *Pulp Fiction* era una película que nunca ganaría un Oscar, sencillamente porque era demasiado rara. Pero *El paciente inglés* sí. Los Weinstein proporcionarían una dieta constante de películas de buen tono, al estilo Masterpiece Theater –el clásico programa teatral de la cadena británica PBS–, cosechadoras de estatuillas, adaptaciones, a menudo, de prestigiosas obras literarias. Miramax escudriñó en las obras de Jane Austen como un cerdo buscatrufas, y produjo películas de época como *Emma* y *Mansfield Park*. *Emma,* estrenada el 2 de agosto de 1996, era un vehículo hecho a medida para Gwyneth Paltrow, esa rubia con clase que llegó a ser, para Harvey, lo que Grace Kelly fue Hitchcock, una estrella que podía exhibir en público para bruñir su propia reputación. Solía llamarla «la Primera Dama de Miramax». Tarantino no tardó en darse cuenta de lo que pasaba. Dice el director: «Harvey sabe que detesto esa mierda que hace, películas infumables adaptadas de libros ilegibles. Por eso le dije: "Creo que necesitas alguna no recomendada para menores de diecisiete; de lo contrario, la gente va a pensar que ya no tienes huevos." Pero no hay que olvidar que Harvey se hizo un nombre con *Un abril encantado* y también con *Kids.»* Puede que Tarantino se burlara de *Emma* calificándola de «mierda» pero, para Miramax, esa mierda olía a gloria.

9. ACE Y GARY
1997

• ***De cómo dos chicos de Boston llamados Matt Damon y Ben Affleck lanzaron* El indomable Will Hunting *mientras October le quitaba a Miramax* Camino al cielo (The Apostle) *y encontraba* Happiness.**

> Lo convencional es una porquería, y siempre lo será; eso es básico. Porque esa gente no sabe hacer cine; estudiaron en Wharton.* Están vendiendo chismes. Lo que más me gusta de trabajar para Harvey es que se parece al viejo sistema de estudios. Te dice a la cara que te vayas a la mierda.
>
> MATT DAMON

El indomable Will Hunting comenzó a principios de los años noventa como un trabajo de guión que Matt Damon entregó en su curso de dirección en Harvard. Damon creció en Cambridge, Massachusetts. La familia vivía en los barrios bajos –por decirlo de alguna manera–, en Central Square, a años luz, cultural y económicamente, de la cercana Harvard. Aspirante a actor, luchando por abrirse camino con una larga lista de papeles decepcionantes, Damon amoldó su carrera a su intermitente condición de estudiante de Harvard y finalmente hizo lo que hacen muchos actores *in extremis*: escribió un papel para él mismo y enroló a Ben Affleck para que lo ayudara.

Damon y Affleck eran amigos de infancia. Dos años menor que Damon, Affleck había nacido en 1972. Sus padres eran gente de los sesenta, activistas del pacifismo. De pequeño, intentaban llevarlo a ver las películas que a ellos les gustaban, extranjeras en su mayoría. «Me arrastraban a ver películas en las que nadie hablaba inglés», recuerda Damon. «No me llevaban a ver las que veían los otros chicos, las divertidas. Para mí, una película verdadera era, pongamos, *Terminator*.

O *La guerra de las galaxias*. Cuando tenía cinco años, pensaba que era lo más grande que se hubiera filmado jamás. Era el equivalente de *Los cuatrocientos golpes* o *Ladrón de bicicletas* o de lo que fuera que había hecho que Scorsese se enamorase del cine. Pensaba que lo que le gustaba a mi madre, con su anticuada visión del mundo, como Truffaut o esos muermos, no podía ser bueno.» Tim, el padre de Affleck, que era actor ocasional, solía preguntarles a Ben y Matt: «¿Por qué diablos queréis ser actores? Es el trabajo más estúpido del mundo.» Pero no le hicieron caso, como suelen hacer los chicos, y se montaron en el carrusel de Hollywood.

Cuando Rick Linklater lo escogió para *Dazed and Confused*, Affleck tenía muy poca experiencia, en su mayor parte limitada a telefilmes y a un largometraje de Hollywood, *School Ties*. «Mi agente dijo que era del tipo que había hecho *Slacker*. Vi esa película en una sala de arte y ensayo de Waterville, Maine, cuando tenía dieciocho años. Me pareció extraña, no lineal, experimental. Pensé que tendría que gustarme más de lo que me gustaba, pero hay que entender que en esa época mi favorita era *Arma letal.* Me dieron el papel del malo. Yo no quería hacer de malo, pero contaba con que terminaría haciéndolo. Luego Rick mandó el guión con una nota que decía: "Si esta película se hace como manda el guión, estará muy por debajo de lo normal. Les pido a todos alguna aportación." Y cumplió su palabra. Escribí algunas partes y aparecieron en la película. Me sentí

autorizado para tener una voz en esa película, y eso me dio la idea de que así también se puede hacer cine.»

Dazed and Confused exhibía a toda una serie de actores muy prometedores; a algunos de ellos, como Matthew McConaughey, les sirvió de trampolín. Sin embargo, Affleck, frunciendo el ceño, recuerda: «A mí no me sirvió de nada; era el único personaje desagradable en una película llena de personajes simpáticos. Pasé totalmente inadvertido.» Perdía papeles que iban para sus colegas –McConaughey, Chris O'Donnell, Brendan Fraser, etcétera– y pensaba: Tiene que haber otra manera. Fue en ese momento cuando Damon lo hizo partícipe de su idea: «Una película en la que un chico de Southie* es un sabio... Estaría de puta madre, ¿no?» Affleck, que conocía el cine independiente, pensó: Sí, *Clerks* es algo así, y *Slacker* no costó tanto dinero. Parece fácil de hacer. «Para mí, el cine independiente era una vía para que la gente joven pudiera hacer sus propias películas. No había que hacer antesala y esperar que alguien decidiera darte un papel en *Billy Bathgate* o el de Robin en *Batman*. Hacer todas esas cosas con las que despuntaba gente como Brendan y Matthew. Podías escoger una táctica evasiva, hacer una película por tu cuenta; luego, era posible que alguien te ayudase a trabajar con alguno de los grandes, De Niro, Scorsese, Coppola, Pacino, Hoffman.»

Como aclara Affleck, para él el cine independiente había pasado a ser solamente otra vía para atravesar las puertas de los estudios. *El indomable Will Hunting* nunca fue una pura llama azul en el pecho de Damon, una historia que exigía que alguien la contara, una visión que pedía con urgencia una expresión. Aunque basada en sus experiencias de chico de la ciudad en una comunidad dominada por la universidad, el guión era sólo un medio para alcanzar un fin, pensado para que él y su amigo pudieran trabajar. Sin embargo, esto no significa que los jóvenes que surgieron a finales de los años ochenta fueran más oportunistas que sus predecesores, o que no les importara hacer bien el trabajo. Se había abierto una nueva brecha generacional. *Dazed and Confused* fue un fracaso, y Affleck se dio cuenta de que Linklater la olvidó y pasó a otra cosa. Al fin y al cabo,

era una película de estudio y, desde el punto de vista de Linklater, el estudio la cagó. Nacido en 1960, el director profesaba la religión antigua, es decir, la mentalidad antiestudio, el nosotros/ellos. «Rick es mayor que yo», señala Affleck. «Tenía aún mucho de los setenta, una mentalidad antiautoritaria, de vuelta al pasado: Pensaba, por ejemplo: "Lo importante no es el dinero, hombre; a la gente le gustó la película." Pero yo no me lo creía porque crecí en los ochenta, con Reagan. En aquella época mi perspectiva era: no hay «hombre», nadie te está sujetando. Esa visión del mundo me parecía anacrónica: "¡Supérala!"»

En Affleck nunca había calado la idea de que las películas independientes son necesariamente superiores o más virtuosas que las de estudio. Él también quería hacer un buen trabajo, pero lo importante no era «independientes contra estudios», sino buen cine contra cine malo. Las buenas películas podían hacerse dentro o fuera de un estudio, igual que las malas. El logo de un estudio no significaba automáticamente que la película fuese a apuntarse un tanto. Después de todo, los grandes directores y actores que él admiraba se habían atrincherado en el sistema. De hecho, eran el sistema. Como tantos otros directores jóvenes de su generación, los hijos del *flower power*, no prestaba atención a las enconadas batallas políticas y culturales libradas en los años sesenta y setenta. Daba por sentado que las cosas eran como eran. Corrían los noventa, los años a gogó, y todo parecía posible. Como Quentin Tarantino, Affleck pensaba: Ahí hay una posibilidad de éxito, y es algo emocionante, glamouroso y divertido. Tú también puedes ser artista.

Sin embargo, no todos, ni siquiera en la generación de Affleck, pensaban así. Dice Ethan Hawke, sólo dos años mayor, actor en muchas de las películas de Linklater: «Ben tiene razón cuando dice que el arte es valioso si su objetivo es auténtico, aunque se haga dentro del sistema de los estudios. No hay reglas. Pero no se trata sólo de que hay películas buenas y películas malas, sino de cómo se hacen y cómo son. Eso también es importante. Para mí, el trabajo del artista es ser un inconformista. Si dejas de serlo, te conviertes en Coca-Cola. No me gustó trabajar para Time Warner cuando hice

Training Day (Día de entrenamiento); me molestó. Pero no creo que eso fastidiara a Ben. A Rick le interesa ser subversivo, pero no sé cuán subversivo quiere ser Ben.»

Sea como sea, Affleck le dijo a Damon: «Sí, ahora la gente hace esta clase de películas; podemos hacerla por un millón.» El guión original que ambos escribieron era una amalgama de sus películas favoritas: *Huida a medianoche, Superdetective en Hollywood, E.T*. y *En busca de Bobby Fischer*. Sabían que necesitaban un bueno, un malo y una chica, y que la película tenía que ser barata, gente hablando en una habitación cerrada. La historia tenía una capa de acción que, pensaron ellos, podía convencer a algún estudio.

Damon y Affleck se inspiraron en otros pringados que habían vendido sus primeros guiones con ellos mismos adosados como actores. Por supuesto, el ejemplo más célebre era Sylvester Stallone, que unas dos décadas antes se las había ingeniado para protagonizar *Rocky*, basada en un guión suyo. Recuerda Damon: «Sólo decíamos: "Stallone, Stallone", porque él tenía ciento tres millones de dólares en el banco y una mujer embarazada, y le habían ofrecido treinta de los grandes si se resignaba y dejaba que Ryan O'Neal hiciera de Rocky. Pero Stallone no cedió. Cuando los estudios escurrieron el bulto y dijeron: "¿Quiénes diablos son éstos y por qué tienen que actuar en la película?", al menos nuestro agente tenía en qué apoyarse al decir: "No es la primera vez que ocurre." Nosotros pensábamos: No dejes que tracen una línea en la arena, hazlo tú. Por qué no pedir, insistir... Puede que te lo den.»

Ese «yo también puedo hacerlo» de Damon y Affleck no sólo se inspiraba en películas como *Slacker* y *Clerks*, sino también en *Reservoir Dogs*. «Digo yo que ese tío, Tarantino, trabajaba en un cochambroso videoclub», dice Damon. «Eso lo hizo viable; fue poco después de *Reservoir Dogs* cuando empezamos a escribir.» Pero no era tanto la manera de hacerlo de Tarantino, sino cómo había llegado a hacerlo. «Oímos la historia de Lawrence Bender dándole el guión a Harvey Keitel en la clase de interpretación. Esa película se hizo gracias al nombre de Keitel», prosigue Damon. «Costó medio millón, o un millón de dólares, no sé cuánto tenían; pero por Harvey Keitel. Y nosotros dijimos: "Mierda, necesitamos *nuestro* Harvey

Keitel.”» Escribieron el papel de terapeuta a medida para una estrella de Hollywood, cualquier estrella; le reservaron los mejores diálogos y no lo hicieron muy largo para que «la estrella» pudiera encajarlo en su agenda. «Nosotros lo llamábamos el papel para Harvey Keitel», prosigue Damon. «Pensábamos que cualquier actor importante podía apuntarse y hacerlo suyo. Si era Morgan Freeman, lo convertiríamos en un tipo de Roxbury; si era un blanco, pensábamos hacerlo de South Boston. Y si era Meryl Streep, bueno, la tensión sería distinta. Pero nuestro mantra era: Keitel y Stallone.»

Pese al precedente sentado por Stallone, en los estudios a nadie le emocionaba la idea de tener que comprar un billete para el bus de Affleck y Damon. Dice Damon: «Estoy seguro de que se leyeron el guión y pensaron: Joder, si pudiéramos quitarnos de encima a estos dos zopencos.» Lo único que los dos pobres aspirantes oyeron fue: «Brad y Leo, Leo y Brad.» Al director Michael Mann le encantó el guión, pero sólo con «Leo y Brad». Durante su primera reunión en Castle Rock, Rob Reiner, que no sabía que Matt y Ben querían actuar en la película, dijo: «Será una película fantástica; tendremos a Brad y a Leo.» Otro ejecutivo metió cuchara y dijo: «No, no; la haremos con estos chicos, con éstos.» Reiner abrió bien los ojos y, sin esperar un segundo, dijo: «¿Éstos? ¡Mucho mejor, mucho mejor!» Casi pudieron oír lo que se le pasó por la cabeza: ¡No tendremos que pagarles a Brad y a Leo! Paramount coqueteó con el guión, pero Mark Wahlberg le dijo a Affleck que un ejecutivo del estudio le había dicho: «Tenemos una gran película para ti. Vamos a comprarles el guión, a asegurárnoslo y a ponerte en la película.» Pero Wahlberg pasó.

Prosigue Affleck: «Estuvimos de acuerdo con todo lo que nos dijeron. Fuimos y sólo dijimos: “Sí, sí.” “Sí, pero tenemos algunos problemas; no está terminado. Sabemos que necesitamos una estrella, sabemos que no somos famosos; estamos contentos de estar aquí.”» En *Hoop Dreams* hay una escena en que al padre de una promesa del baloncesto, a la que acaban de expulsar de un colegio secundario privado, un educador le suelta un rollo sobre las maneras que tiene su escuela de desarrollar el carácter. Al final, el padre dice: «Me alegra que alguien quiera a mi hijo.» Y ése era su

mantra. Y ellos decían, una y otra vez: «Nos alegra que alguien quiera a nuestro hijo.» Con todo, Damon y Affleck no se hacían ilusiones respecto de los estudios, y esperaban, con el tiempo, seguir la ruta de los independientes. Pero el problema era que los independientes también pasaban. Cary Woods la había rechazado para Miramax.

Mientras Damon y Affleck escribían y volvían a escribir, su carrera de actores daba señales de vida. Affleck hizo una prueba para *Mallrats*, la película de estudio de Smith. «Quería conocer a Kevin Smith aunque todavía no había visto *Clerks*; pensaba que tal vez podía aprender algo sobre cómo la hicieron», recuerda. «Pensaba que el guión era realmente divertido. Puede que eso sólo signifique que tengo mal gusto, no lo sé. Me eligieron para otro papel de tonto malo; fue penoso. Pensé que no iba a gustarle a nadie. Y me daba miedo trabajar con un director de mi edad. El primer día de *Mallrats*, cuando terminamos, Kevin se dirigió al primer asistente de dirección y dijo: "¿Cuál es el protocolo aquí? ¿Tengo que ponerme a recoger las cajas y las cosas? ¿Llevarlas abajo?" El tipo sólo sonrió: "No, no, usted es el director, no tiene que hacer nada de eso."»

Damon se presentó para *En honor a la verdad* y consiguió el papel. Parecido a De Niro en su celo para preparar el papel (aquí, de yonqui), perdió veinte kilos, trastornó su sistema adrenalínico, destrozó sus electrolitos y casi la palmó. Después dejó Los Ángeles y regresó a Cambridge, pensando: ¡Mierda! Si eso es lo que tengo que hacer para ascender en la jerarquía de estos jóvenes actores, de estos imbéciles, entonces no me muevo más. Así voy a matarme. Pasaron seis meses antes de que se sintiera dispuesto siquiera a pensar en hacer otra película.

Por suerte, el agente de Damon envió *El indomable Will Hunting* justo en el momento en que la ciudad enloquecía por los guiones presentados *motu proprio*. Todo lo firmado por el guionista Shane Black *(Arma letal)* se embolsaba millones de dólares. Al final, usando el consabido juego del humo y los espejos, el agente creó una guerra de ofertas por el guión. «Lo primero que averiguamos fue que alguien quería comprarlo por veinticinco mil dólares», recuerda Damon. «Y dijimos: "¡Somos ricos"» El precio no tardó en

dispararse. Linklater tenía un trato con Castle Rock y, a instancia suya, Damon y Affleck aceptaron, en noviembre de 1994, la oferta de seiscientos mil dólares. Recuerda Damon: «Estábamos sin blanca. Ese dinero cambió nuestras vidas.» Si hasta salieron sus fotos en la primera plana del *Daily Variety*.

Affleck, que acababa de romper con su novia, dormía en el sofá de Damon en el diminuto apartamento de Curson, West Hollywood. Decían los chicos: «Tenemos que progresar, tío. Tenemos que salir de este apartamento, es una caja de cerillas», recuerda. Y encontraron uno más espacioso en Glencoe Way, Highland, cerca del Hollywood Bowl. Prosigue Affleck: «Pero como no teníamos saldo en la cuenta, cogimos el ejemplar de *Variety* y se lo enseñamos al casero; le señalamos nuestras fotos y le dijimos: "Ya ve que somos solventes; el dinero está por llegar."»

Sin embargo, sentían que el coche se les había calado en Castle Rock. Dice Affleck: «Nos pasamos un año allí, desarrollando el guión. Nos parecieron diez años. Las cosas estaban torciéndose, y mucho. Pasamos de la euforia a averiguar lo rápido que se puede gastar seiscientos mil dólares.»

Cada uno de ellos cobró trescientos mil, que quedaron en ciento cincuenta tras pagar los impuestos, y en ciento treinta y cinco mil cuando los agentes cobraron su parte. Se compraron dos Jeeps Cherokee a juego, de treinta y cinco mil dólares cada uno. Prosigue Affleck: «El mejor modelo, el Sport Pac. Éramos ricos, ¿no? Asientos de piel, reproductor de CD. "Quiero el que hace *whoop* cuando metes la llave." Los dos queríamos el mismo, el negro. Sabíamos que eso se parecía demasiado a Ace y Gary, el sketch de *Saturday Night Live*, los dos amiguetes superhéroes, claramente gays, que van en moto juntos. No podemos tener el mismo coche, canta demasiado: "él y él". Pero como ninguno de los dos quería ceder, lo echamos a suerte. Matt ganó y se compró el negro; yo me compré el verde. Cuando me di cuenta de que los demás decían "¡Oh! ¿Tenéis el mismo coche?", fue peor que "el de él y el de él", ¡era el de él y el de ella!»

La casa de Glencoe Way se convirtió en centro de todas las fiestas, en Animal House. «Nuestro millón de amiguetes se instaló

ahí con nosotros porque era época de vacas gordas», prosigue Affleck. Nos gastamos todo el dinero en cerveza y jugando al póquer, y en videojuegos. Nos quedábamos todas las noches hasta las tantas. Se vino a vivir con nosotros un tal Bubba; recuerdo que una vez se levantó de la mesa de póquer, salió al balcón, vomitó y volvió a sentarse cómodamente. No era un mundo de drogatas, sino de bebedores fuertes, porque fue así como crecimos en Boston; salíamos a beber todos los días, cerveza por lo general. Cuando todos cumplimos veinticinco, de repente pesábamos diez kilos más que antes y todos empezamos a comprarnos cintas caminadoras.»

Damon y Affleck comenzaron a impacientarse. Los dos guionistas sospechaban que los de Castle Rock ni siquiera se leían lo que les entregaban. En un borrador pusieron una escena en la que el personaje «Harvey Keitel», el psiquiatra, le hace a Will Hunting, el personaje de Matt Damon, una mamada en su consulta. Recuerda Affleck: «Nadie de Castle Rock jamás nos dijo nada sobre esa escena. Nosotros decíamos: "Muy bien, parece que la escena de la mamada funciona." Fue desalentador.» Los guionistas pensaban que, pese a haberles comprado el guión, a ellos los trataban como a los tres chivos del cuento. Siempre les decían: «Un borrador más. Un borrador más y tendréis un director.» Finalmente, un día, la canción cambió: «Enhorabuena, vamos a hacer la película.»

«¡Estupendo! Tenemos una lista de directores a los que queremos visitar.» Pensaban, por supuesto, en sus preferidos: Scorsese, Coppola, Redford, Gus Van Sant, Martin Brest, Peter Weir. Imaginaban que todos les dirían que no, pero hay que probar, ¿no?

«No os preocupéis, no tenemos que ir a ver a ningún director. Buenas noticias: ¡Andy Scheinman quiere dirigirla!»

«¿Cómo? ¿Que Andy quiere hacerla? Nos dijisteis que podríamos hablar con directores.» Ellos ni siquiera sabían que Scheinman, uno de los socios de Castle Rock, era director. Y pensaron que era el productor de Reiner.

«Mirad la película de Andy.»

La película de Andy se llamaba *Un entrenador de primera*, una para niños, no exactamente lo que Damon y Affleck tenían en mente. Los dos admiraban una novela de Cormac McCarthy titulada

Todos los caballos bellos, en la que hay una escena en la que a un chico de trece años, Blevins, le roban el caballo, luego llega a una extraña ciudad y encuentra al ladrón, armado con una pistola más grande que él, y muere. Un personaje señala entonces, a modo de testamento: «Digo esto por él: no iba a prestar atención a ningún hijo de puta que le hubiera robado el caballo.» Dice Affleck: «Sabíamos que él prefería hacer la película como quería hacerla, aunque fallara, antes de hacerla como quería otro. ¡Ningún hijo de puta iba a robarnos el caballo!»

Castle Rock puso en venta *El indomable Will Hunting*. «No sabíamos nada acerca de ese sistema, pero pronto averiguamos lo suficiente», dice Affleck. «Era una práctica común cargar muchos otros gastos indirectos en la película, de modo que a otro estudio el coste se le hace [prohibitivo]. El precio que pedían superaba el millón de dólares. Nos dieron treinta días para venderla, pasados los cuales volvía a ser de ellos. Andy la haría y nosotros teníamos que renunciar a nuestro derecho a trabajar en la película. Seríamos dos hombres de suerte si conseguíamos entradas para el estreno.» No cabe duda de que Castle Rock consideraba esta jugada un ardid para quitárselos de encima. «Tenía que comprarla alguien dispuesto a darnos esos dos papeles a Ben y a mí, y a desembolsar el millón de dólares por lo que parecía ser una película de tres millones; sencillamente no tenía sentido», añade Damon. «En Castle Rock nos creían incapaces de cerrar ese trato; puede decirse que no estaban muy desencaminados.»

Mallrats, de Universal, se estrenó en octubre de 1995. Filmada con un presupuesto de 6,1 millones, apenas recaudó 2,1 millones y, por si fuera poco, obtuvo unas críticas desastrosas. «Fue otra fea decepción, otro fracaso en el que me vi envuelto», recuerda Affleck. «Todos los que en esa película decíamos una frase salimos en el cartel. Estoy seguro de que mi personaje sacó la peor nota. Yo era el violador anal, y a Sherman Oaks no le caen muy bien los violadores anales.» Sus colegas independientes arremetieron contra Smith, acusándolo de «vendido». En aquel momento, Smith se mosqueó, aunque ahora «venderse» tiene un retintín pintoresco. Procede de los días, ya pasados, en que los independientes y sus películas

levantaban barricadas contra Hollywood. Cada vez más, durante la segunda mitad de la década, las barricadas se vendieron para hacerles lugar a los edificios de pisos; «venderse» perdió su significado original. Era la opinión de Affleck, no la de Hawke, la que predominaba. En cualquier caso, Smith llamó a Affleck y le dijo: «Creo que puedes interpretar un protagonista, nadie te ha dado nunca la oportunidad. Estoy escribiendo uno para ti, sobre un tipo que se enamora de una lesbiana.» Affleck no le creyó: «Muy bien, lo haré. ¡Cuenta conmigo!»

Con *El indomable Will Hunting* vendiéndose al mejor postor, el reloj seguía marcando las horas. Todas las compañías que un año antes estaban dispuestas a matar por ella, esta vez pasaron. En palabras de Affleck: «Pensabas que ibas a hacer la campaña promocional con la chica que de verdad te gustaba y, de repente, la chica te deja y tienes que volver a salir con aquellas a las que les habías dicho que no.» Comenzaron a sentir que estaban atrapados en la versión hollywoodense del juego de las serpientes y las escaleras, que volvían a aterrizar en la primera casilla. Prosigue Affleck: «Estaba a punto de vencer el plazo y empezamos a deprimirnos mucho. Llevábamos tres o cuatro años con ese guión y de repente iban a jodernos, a echarnos de nuestra película. No podíamos creerlo.» Sin embargo, en la mejor tradición de los finales felices de la ciudad del oropel, justo cuando las perspectivas parecían ser las más negras, el sol se dejó ver entre las nubes.

En un desesperado último intento, Affleck le dio el guión a Smith, quien había escrito una película para él. Tras el fracaso de *Mallrats*, era *vox populi* que Smith llamó a Harvey y le dijo: «¿Puedo volver a casa ahora?» Y firmó para *Persiguiendo a Amy* en Miramax. Dice el director: *«Persiguiendo a Amy* es una película que nunca se podría haber hecho en un estudio. En un estudio, el chico y la chica habrían terminado juntos; habría tenido mucho menos subtexto duro. No olvidemos que el personaje de Ben propone un *ménage à trois* con su amigo y esta novia. En el estudio habrían dicho: "¿Estás drogado? Eso es ridículo."» Y *Persiguiendo a Amy* a punto estuvo de no hacerse en Miramax. La ejecutiva Meryl Poster llamó a Smith para regañarlo por haber escogido a Affleck: «Esto es un negocio, Kevin.

No puedes hacer películas con tus amigos.» Pero Smith se mantuvo firme y, por el privilegio de hacer películas con sus amigos, tuvo que aceptar rodarla con un presupuesto asombrosamente bajo: doscientos cincuenta mil dólares. (Cuando se estrenó, en abril de 1997, recaudó doce millones, reportando a los Weinstein unos muy pingües beneficios. Smith era el chico de oro.)

Affleck le suplicó: «Tenemos problemas con Castle Rock. Por favor, Kevin, tú tienes un trato con Miramax: dirige esta película. ¡Por favor, tío!» Smith leyó el guión y dijo: «Me ha encantado. Me ha hecho llorar en el baño, pero no voy a dirigirla. No quiero dirigir nada que yo no escriba porque no creo que pueda hacerlo bien. Pero sí hay algo que puedo hacer: ir a ver a Harvey.»

Fue un tiro muy largo. Primero, Woods ya había tirado el guión a la papelera. Segundo, Damon y Affleck no se fiaban de Miramax. Recuerda Damon: «Todo el mundo nos lo advirtió. "Cuidado, es Harvey Manostijeras. Os arrancará la cabeza a mordiscones.» Chris Moore, el joven productor de Damon y Affleck, que bajo su aspecto bobalicón escondía no poca sagacidad, les dijo: «Lo que oigo decir de este Weinstein es que vais a oír todo lo que queréis oír, y que cuando terminéis de hablar con él por teléfono y colguéis, creeréis que vuestra vida no puede ser mejor. Pero queda por ver lo que conseguiréis.» Dice Damon: «Como era de esperar, Harvey llamó y nos dijo todo lo que queríamos oír: "No sé quiénes demonios sois, chicos, pero este guión me encanta, es buenísimo. Ahora bien, esos tipos de Castle Rock quieren que desembolse mucho dinero, como si se tratase de *El relevo*. Y además –silencio–, no podéis dejar esa escena de la mamada en la consulta, ¿verdad, chicos? Os creéis graciosos, pero eso no tiene ninguna gracia."» Añade Affleck: «Nos enamoramos de él en ese instante.» Un día después de recibir el guión de manos de Smith, Weinstein ofreció un millón, con Damon y Affleck adosados. Hizo lo que sabe hacer mejor: vio el potencial, aceptó el riesgo y el precio y actuó con la velocidad del rayo.

A Miramax le pareció otra de las compras insensatas e impulsivas de Harvey. «Era mercancía tarada», dice Jack Lechner, ex jefe de desarrollo de Miramax. «Había que tener fe para dejar que esos dos desconocidos trabajasen en la película; había que pagarle a Castle

Rock todos sus gastos y luego soltar otros dieciocho millones para hacer la película. La gente pensaba que Harvey se había vuelto loco.»

Harvey quería atarles las manos a Damon y Affleck con opciones para dos futuros guiones y dos papeles por los cuales Damon cobraría seiscientos mil y ochocientos mil dólares y Affleck un poco menos, trescientos cincuenta mil y quinientos mil dólares. El agente de Damon les dijo: «No tenéis que aceptar tantos encargos por adelantado.» Pero los cineastas desesperados por hacer su película son capaces de cualquier cosa, incluso de trabajar gratis; son arcilla en manos de Harvey. Damon pensó: Vaya, seiscientos mil dólares es una fortuna, mucho más de lo que he cobrado jamás y probablemente mucho más también de lo que cobraré en el futuro. Si nos quejamos por cobrar todo ese dinero en dos años, por una sola película, entonces es un problema de primera categoría y, ¡mierda!, a mí me gustaría hacer todas las películas para Miramax porque Harvey es el único que está lo bastante loco para comprar el guión. Y le dijo a su agente: «Me importa una mierda cuántas opciones quieren. Hagamos esta película.» Sin otras ofertas sobre la mesa y a punto de que el guión quedara en manos de Castle Rock, era una tontería romperse la cabeza. Dice Affleck: «Sabíamos que él discutía mucho con los cineastas, y no es que no hayamos visto esa faceta suya –"Cabrones, ¡pensáis con el culo!"–, pero no me importaba, prefería eso a las sonrisas y a los apretones de manos y a que después me dieran por culo a mis espaldas, ése era el *modus operandi* de Hollywood. Me gustaba Harvey, me parecía divertido, me entendía con él. Además, los pordioseros no pueden elegir; nos encantó que quisiera a nuestra criatura.» En otoño de 1995, Weinstein compró el guión.

Aunque muy agradecidos, Damon y Affleck no eran tan maleables como imaginaba Miramax. Se trataban con Gus Van Sant, a quien ambos admiraban. Van Sant acababa de rodar la sensacional *Todo por un sueño* cuando Mark Tusk le enseñó el guión de *El indomable Will Hunting.* A Van Sant le encantó, pero Harvey no quería que lo dirigiese él. Paul Webster, el jefe de producción de Miramax, le dijo a Harvey: «Harvey, contratémoslo; es perfecto. Hace muy bien las

películas con chicos guapos.» Harvey dijo: «No lo creo», y se puso a buscar en serio. Pero nadie quería hacerla con dos desconocidos. Al final, el guión volvió a Van Sant por un cuarto de su precio de salida. El director se puso nervioso. Había hablado con Tarantino, que manifestó poca comprensión por los directores a los que Weinstein había aplastado: «Muchos de esos tipos no saben luchar por sí mismos; los mangonean, y eso les conviene. No le hacen frente.» Van Sant pensó: Quentin es de los que pueden plantarle cara. Yo no sé si puedo o no. Probablemente no. Y decidió insistir en la cláusula del montaje final. Harvey se negó.

En una reunión en los despachos de Tribeca, Harvey, como quien no quiere la cosa, les comunicó a Damon y a Affleck: «Sólo quiero que sepáis que le hemos ofrecido la película a Chris Columbus.» Los dos amigos se quedaron de una pieza. Columbus era un director entronizado para siempre en el cielo de las taquillas desde *Solo en casa* (y más tarde por los *Harry Potter)*, pero, si no podía ser Van Sant, Damon y Affleck querían a un director cuyas películas se hubieran proyectado en el Orson Welles de Cambridge, donde habían crecido. Cuando Harvey siguió parloteando: «Le he ofrecido cinco millones para que la dirija y casi acepta. Leyó el guión tres veces antes de decir que no», Damon lo interrumpió diciendo: «Genial, has tenido suerte. Habrías perdido cinco millones.» Se hizo el silencio en el despacho. Era la primera vez que le contestaban mal. Los esclavos de Miramax clavaron la vista en sus blocs de notas. Como recuerda Damon, Harvey se puso hecho una furia y gritó: «¿Cómo dices? ¿Quién diablos te has creído que eres? ¿Cómo te atreves a hablarme así? ¡Tú no eres nadie!» Con los dientes apretados, Damon le contestó: «De acuerdo, no soy nadie, pero tengo la cláusula de aprobación del director.»

Weinstein siguió buscando en vano a alguien que dirigiese *El indomable*, porque no estaba dispuesto a ceder el montaje definitivo. Un día, Mel Gibson se mostró interesado. Se reunieron en el Four Seasons de Nueva York: Damon, Affleck, Weinstein y Jon Gordon, otro de los ex asistentes de Harvey que estaba escalando las filas de los ejecutivos y a quien le habían asignado la película. Según Affleck, Harvey dijo: «Espera en el vestíbulo, Jon», y Gordon

esperó fuera mientras los demás se sentaban en la sala de reuniones con Gibson, que dijo: «Harvey, sólo quiero hablar con estos chicos.»

Harvey hizo un minuto de silencio y dijo: «Lo sé, adoro a estos chicos.»

«Quiero decir que quiero hablar con ellos a solas.»

«De acuerdo, Mel, comprendo. No hay ningún problema. Fantástico», y salió al vestíbulo, a esperar junto a Gordon. (Según Miramax, Gordon no asistió ese día.) Dos semanas más tarde, Gibson dijo que no. Incapaz de encontrar un director, y sin duda molesto al ver que los dos aspirantes seguían insistiendo en que la dirigiese Van Sant, Harvey pasó a concentrarse en otros asuntos. Por ejemplo, el estreno de *El paciente inglés*. «Nuestro proyecto durmió un año entero en el cajón», dice Damon. «Se notaba que el entusiasmo se había disipado. Fue una época horrible. Nuestra carrera se había estancado. Regresamos a Boston a prepararnos para hacer la película. Era el momento de hacerla y Miramax seguía sin llegar a un acuerdo. Nos enloquecieron.»

Luego Damon se tomó un descanso. Consiguió un papel en *Legítima defensa (The Rainmaker)*, basada en una novela de John Grisham, y le envió a Harvey un fax para contarle la noticia. Harvey lo llamó por teléfono: «¿Qué diablos significa eso?»

«La película de Coppola.»

«¿El GRISHAM? ¡Cada una de ésas hace cien millones!»

«Sí, voy a hacerla. Me montaré en mi camión y me iré a Knoxville», donde Damon pensaba investigar para su papel. Webster había seguido presionando a favor de Van Sant, y cuando al día siguiente, llegó Damon, Miramax había aceptado el caché del director, un millón doscientos cincuenta mil dólares. Por fin se había dado luz verde a *El indomable Will Hunting*.

Robin Williams le había hablado a Van Sant sobre la posibilidad de hacer *The Mayor of Castro Street*, la historia de Harvey Milk.* Como también le gustó el guión de *El indomable Will Hunting*, aceptó interpretar el papel del terapeuta. ¡Bingo! La película entró en el carril rápido. Recuerda Damon: «En cuanto se apuntó Robin, muchas

cosas empezaron a fluir porque de repente tuvieron una película con una de las mayores estrellas del momento. Estaban emocionados.»

Harvey intentó eliminar del proyecto a Chris Moore, el amigo y productor de Damon y Affleck, y contrató a Lawrence Bender, el productor de Tarantino. Cuando los dos guionistas-actores protestaron, aceptó conservar a Moore como productor asociado, pero el daño ya estaba hecho. «Me encanta Lawrence», dice Jack Lechner, que también participó en la película representando a Miramax. «Es un tipo brillante, pero no es Mister Diplomacia y no sabía doblegarse ante Gus, y mucho menos ante Matt y Ben, que todavía no eran Matt y Ben. Lawrence quería seguir repasando el guión.» Damon, que llevaba más de cinco años trabajando en el guión, gritó: «¡Vete a la mierda, Lawrence! No vamos a cambiarlo, está bien como está.»

«Bueno, he llamado a Quentin y está de acuerdo...»

«Quentin me importa un carajo, no creo que hayas tenido nada que ver con esas películas.» Bender quiso despedirlos y pasarle el guión a Boaz Yakin *(Fresh)* para que lo reescribiera. Affleck y Damon amenazaron con irse y Harvey tuvo que elegir entre el productor y los don nadie. Escogió a los don nadie. Damon terminó de rodar *The Rainmaker* en febrero de 1997; en abril ya estaba en Toronto, en el plató de *El indomable Will Hunting*.

Desde el despido, en 1991, de la directora ejecutiva Suzanne Weil, el Instituto Sundance había funcionado sin director ejecutivo hasta la llegada de Ken Brecher, contratado en 1997. Brecher era un antropólogo cultural con una larga experiencia museística, pero no sabía nada de cine. A Redford parecía gustarle llenar vacantes con gente con poca o ninguna experiencia para lo que se suponía que tenía que hacer, fuera lo que fuese. Parecía una manera de mantener a Sundance totalmente confundido y seguir controlando la organización. Aunque Brecher puede haber sido un analfabeto en cuestiones de cine, parecía hábil manejando a Redford y fue, desde

Sterling Van Wagenen, el primer director que duró en el puesto más de lo que vive una mosca de la fruta.

En 1997 Redford volvió a desaparecer de Sundance, esta vez para dirigir y protagonizar *El hombre que susurraba a los caballos*, película coproducida por Wildwood, su compañía cinematográfica, que también había participado en *El rey de la colina*, de Soderbergh, y en *Quiz Show (El dilema)*, del propio Redford. Rachel Pfeffer, antes de Castle Rock, dirigía Wildwood, y su único derecho a la fama era el haber sido la productora ejecutiva de un éxito de la compañía*, Algunos hombres buenos*, un vehículo a la medida de Tom Cruise. Al parecer, Pfeffer no figuraba entre los favoritos de Redford, típica e infaliblemente puntilloso con ella –nunca levantaba la voz ni le decía una palabra dura a la cara–, pero no paraba de quejarse de ella a sus espaldas, diciendo cosas como: «Wildwood es un desastre; tengo que hacer algo por esa compañía.» Sin embargo, nunca hizo nada. En cambio, se comportaba como si Pfeffer no existiera. Su despacho programaba reuniones a intervalos de media hora que comenzaban a media mañana. No obstante, rara vez el actor-director se presentaba en su Acura, desde su casa de Malibú al despacho de Montana, Santa Monica, antes de la una o las dos de la tarde, momento en el cual encontraba una sala llena de suplicantes que llevaban horas esperando impacientes. A esas alturas, Pfeffer, que, al fin y al cabo, dirigía la empresa de Redford, estaba desesperada por verlo. Su despacho daba a la puerta de la calle, pero a veces Redford usaba la puerta trasera, entraba de puntillas y cerraba la puerta de su despacho para que Pfeffer no se enterase de que había llegado. Cuando la directora se daba cuenta de que Redford estaba en el edificio, le rogaba a Donna Kail, la secretaria de Redford de toda la vida: «Tengo que hablar con Bob, sólo necesito cinco minutos.» Kail le respondía, muy cortés: «De acuerdo, se lo diré», pero Redford terminaba yéndose por la puerta trasera. Dice un ex empleado: «Me pregunto por qué no despidió a Rachel cuando dijo que quería hacerlo. Eso era algo que se repetía con todo: no se acababa nunca. La gente siempre le pedía cosas, y sabías que la respuesta sería no, pero él, en lugar de decir no, siempre decía: "Un momento, no estoy seguro." Después esa gente volvía a llamar y le

preguntaba: "¿Y?" Y alguien decía: "No está seguro." Y el proceso se alargaba y se alargaba, y a la gente le daban continuamente falsas esperanzas.»

En la tercera semana de agosto de 1997, Redford anunció otra iniciativa largamente acariciada, un trato con General Cinema Corporation, propietaria de salas en veinticinco estados, para crear Sundance Cinemas, una cadena dedicada al cine independiente. Gracias en parte al éxito del instituto, y con la ayuda de una economía floreciente, parecía haber dinero más que suficiente para financiar el cine independiente. En todo caso, había un exceso de oferta en el mercado, con la consiguiente competencia feroz en las pantallas. Hacía tiempo ya que habían pasado los días en que una película podía permanecer semanas en una sala y consolidar su público gracias a las buenas críticas y el boca a boca. Con la consolidación de las grandes cadenas televisivas, los cines tradicionalmente consagrados a los independientes estaban vendiéndose o siendo exprimidos. La exhibición se había convertido en un cuello de botella y limitaba potencialmente el crecimiento del público para esa clase de películas.

Redford preveía la construcción de una cadena de salas en los Estados Unidos, e incluso a escala internacional, a lo largo de la próxima década; la construcción de las primeras tenía que comenzar lo antes posible. Las salas, que diseñarían arquitectos de primera categoría, se concebían como satélites de Sundance, oasis de la cultura cinematográfica en medio de esos comederos de palomitas en los barrios residenciales, y tendrían muchos espacios abiertos, estilo *piazza*, en los que los espectadores pudieran sentarse a conversar, y comentar, por ejemplo, los matices más sutiles de la última película de los hermanos Coen. Los restaurantes servirían comida sana; habría galerías de arte, instalaciones de vídeo, espacio para mesas redondas y conferencias y, por último, pero no por eso menos importante, una librería (independiente). Imaginemos un New York Film Forum o el Berkeley's Pacific Film Archive diseñados por Frank Gehry, con cátering de Alicia Waters, programados por Gilmore o Richard Pena, del Festival de Cine de Nueva York, y con la librería Book Soup, de Los Ángeles, al lado. Era algo típico de

Redford: visionario, inspirado, y habría sido maravilloso... si hubiera funcionado.

La actitud de Redford respecto de toda empresa conjunta era que a los socios potenciales tenía que emocionarles el hecho de participar. En la práctica, eso significaba que Sundance ponía el polvo de estrellas; el socio ponía el dinero. Sin embargo, según Gary Meyer, uno de los fundadores de Landmark Theaters, la cadena pionera de salas de arte y ensayo, a quien Redford había contratado en calidad de asesor: «Poner de socio a General Cinema Corporation fue un gran error.» Muchas de sus salas estaban ubicadas en sitios poco convenientes para los criterios del arte y ensayo, o en tan mal estado, que renovarlas habría costado tanto dinero como construirlas desde cero. En cambio, Sundance tuvo la oportunidad de oro de comprar las salas Landmark. Dice Meyer: «Si lo hubieran hecho, habrían podido comenzar a funcionar de inmediato con una empresa próspera que tenía ciento cincuenta pantallas y un equipo de gestión en marcha, listo para empezar. Cuando finalmente decidieron comprar las Landmark, llegaron literalmente dos días tarde. Las compró Silver Cinema. Y así sucedió a lo largo de toda su historia, es decir, que todo [lo que Sundance hacía] lo hacía demasiado tarde. Si uno está viajando por el mundo haciendo películas, como Redford, es muy difícil estar presente para escuchar un plan o inspeccionar un lugar. Pero él es el que controla y quería participar en todo, lo cual significaba que todos tenían que detenerse y esperar hasta que volviera.»

En un momento dado tuvieron la oportunidad de reformar los multicines General Cinema de Scardale, un acaudalado barrio residencial de Nueva York, en una zona con pocos cines, muchas plazas de aparcamiento y un edificio adyacente para la cafetería o lo que fuese que Sundance quisiera sacar de su bolsa de sorpresas. Meyer, que se dio cuenta de que era un lugar ideal, exclamó: «Hombre, cojamos ese lugar ahora mismo.» Pero Gordon Bowen, el factótum de turno de Redford, también tenía que aprobarlo. Según Meyer, Bowen dijo: «No. Hay una librería Borders enfrente del aparcamiento. No queremos estar cerca de ninguna cadena.» Y pasaron. Añade Meyer: «Puede que Bowen supiera algo acerca de

imagen de marca, pero no sabía nada del negocio en el que quería meterse Bob y tampoco quería aprender. El lugar lo compró Clearview, que lo lleva hasta hoy. Es una próspera sala de arte y ensayo.» (Clearview es el brazo de exhibición de IFC, la bestia negra de Redford.)

Del mismo modo en que el instituto pasó a dirigirlo un hombre sin experiencia en cine, y en que el Sundance Channel lo lanzaron dos ejecutivos igualmente negados, así comenzó el proyecto de los cines, extrañamente, sin nadie que supiera nada de exhibición, por no decir de exhibición de películas independientes. «Lo que realmente mató ese proyecto fueron algunos de los contratados para dirigir el negocio», dice Meyer. «¡Gansos!» Redford, que siempre se definió a sí mismo como artista-deportista, contrató a un ex jugador de fútbol llamado Bill Freeman, que trabajaba para la cadena de bares y restaurantes ESPN Zone. Freeman era un gigante de la restauración. Dice Meyer: «Freeman pensaba que lo sabía todo porque había fundado ESPN Grill, Fuddruckers y un puñado de otras mierdas por el estilo. No quería tener cerca a nadie que realmente entendiera del negocio porque no quería que nadie supiera más que él.»

De hecho, empezaron a construir en dos lugares: Portland, Oregón, y Filadelfia. Portland ya tenía una sala de arte y ensayo estupenda. En lugar de iniciar un diálogo con la comunidad, Sundance llegó y se puso a edificar, como competidor más que como socio. «Fue pura arrogancia», dice un ex empleado. Como rodajes que quedan fuera de control, la construcción de los dos edificios no tardó en atrasarse mientras Redford se quejaba de que, en lo tocante al diseño, no eran lo que él había imaginado. Concluye Meyer: «Lo que Redford quería hacer era algo fantasioso. Cualquier amante del cine habría dicho: "Aquí es donde voy a pasar todas las noches que pueda." Pero, por desgracia, Redford no prestó atención a lo primordial. Su plan era demasiado faraónico para la realidad del mundo de los negocios.»

Ya en 1993, después del trato con Disney, los escépticos se preguntaron si los Weinstein serían tan eficientes desarrollando y produciendo películas como lo eran comprándolas. *Pulp Fiction, El paciente inglés, El indomable Will Hunting* (y, más tarde, *Shakespeare in Love)*, todas compradas en subasta, hicieron poco por responder a esa pregunta. O puede que lo hicieran; es posible que la respuesta fuese: Harvey no necesita desarrollar y producir. «Las películas con las que a Harvey le ha ido bien no las desarrolló Miramax», dice Cathy Konrad. «Se fraguaron en otros estudios durante años interminables, con mucho dinero y mucha pasión; él llegó cuando pudo comprarlas por poco dinero.» Harvey dejaba que los estudios hicieran el trabajo duro mientras él cosechaba las recompensas. Se había convertido en el picapleitos más hábil de Hollywood.

Sin embargo, no había suficiente material en venta para llenar una lista de cuarenta películas. Cuando Miramax se volcó cada vez más en la producción, en la segunda mitad de la década, comenzó también a aumentar el desarrollo de películas. Sin embargo, dice Lechner: «A Harvey no le interesa mucho la fase de desarrollo propiamente dicho. No es él hombre de ir a plantar una semilla y regarla todos los años, dispuesto a dejar que transcurran diez años hasta que se convierta en un árbol robusto. Él viene del mundo de las compras, y cuanto más se acerca el producto a la condición de película terminada, más se excita él y más fácil resulta vendérselo. Después viene la película semiterminada, y después un guión con los elementos adjuntos.»

Además, Harvey no tiene paciencia. Le falta el temperamento necesario para dedicarse al desarrollo de una idea; le gusta la gratificación rápida y barata. Siempre dijo, fanfarroneando: «Nosotros no desarrollamos películas, nosotros las hacemos.» Era cierto, y era un problema. «Mi mayor frustración como productora con esa compañía fue que eran realmente malos en desarrollo», dice Konrad. «O encontrabas algo que se podía filmar enseguida, o no hacías nada.» Y añade Paul Webster: «Harvey no es el mejor del mundo en desarrollo, y tampoco es bueno para los guiones. Cuando hice *The Tall Guy,* que Miramax distribuyó, el primer día del rodaje

principal Harvey nos envió al director y a mí el mismo regalo: *When the Shooting Stops... the Cutting Begins* («Cuando termina el rodaje... empieza el montaje»), el libro de Robert Karen. En otras palabras, el mensaje era: "Estaré ahí cuando terminéis." Nada ha cambiado.»

Y cuando sí se dedicaba al desarrollo, los resultados eran a menudo deprimentes. Por ejemplo, *54*. A finales del verano de 1995, Webster le llevó a Harvey *Boogie Nights*, de Paul Thomas Anderson, una exploración oscura y sombría del submundo porno de Los Ángeles. No podía haber escogido un momento peor. Miramax acababa de salir, muy malherido, de los escándalos de *Priest* y *Kids*, y, con o sin ayuda de Michael Eisner, estaba decidido a evitar futuros embolados. Con todo, Webster entró en el despacho de Weinstein resuelto a aprovechar al máximo los quince minutos que le habían concedido para que soltara su discursito. «Esto es fantástico, es un gran guión», empezó, antes de que Meryl Poster lo interrumpiese. Poster dijo: «Harvey, ni te molestes en leerlo, es repugnante. Va de pornografía.» Weinstein contestó: «Oh, sí, parece obsceno. No quiero hacerlo.» Webster recuerda: «Poster era una de las pocas personas a las que Harvey siempre escuchaba; la verdad es que tiene un gusto muy sentimental, muy blando. Fue lo del porno lo que hizo que Harvey lo rechazara de plano. Nunca leyó el guión. Esas películas polémicas no hacen mucho dinero, y en la época que estuve ahí, y hasta ahora, la dirección de la empresa se inclinaba por cosas mucho más comerciales.» *(Boogie Nights* la produjo finalmente New Line, con muchos elogios.)

Por el contrario, Miramax consideraba que *54* era *Boogie Nights* en versión *light*. Escrita por Mark Christopher, recién salido de la facultad de cine de Columbia, trataba de los días de gloria de Studio 54, a finales de los setenta y principios de los ochenta, cuando la discoteca era el epicentro de la explosión cultural gay de Nueva York. El guión rebosaba sexo escabroso y personajes no muy agradables. Es la historia de Shane, un chico de Nueva Jersey que, cama tras cama, se abre camino hasta lo más alto de la jerarquía de Studio 54, lo cual significa que llega a ser uno de los camareros sin camisa que hicieron famoso al club, chicos de oro que se

pavoneaban y sacaban músculos para una clientela mixta y que de vez en cuando se dignaban a conceder favores sexuales a cambio de dinero o drogas.

54 fue exactamente el guión que hizo aflorar a la superficie lo peor de Miramax. Contenía todos los elementos que solían gustarle a Harvey –era sexy, transgresor y moderno–, pero esas virtudes se habían convertido en vicios –que lo asustaban–, dando lugar a una fatal ambivalencia. Miramax había estrenado un número considerable de películas de tema gay *(Paris Is Burning, Juego de lágrimas, Priest*, etc.). Con todo, en la comunidad homosexual, a Harvey se lo miraba con cierta sospecha, pese a su muy visible apoyo a organizaciones como GLAAD (Alianza gay-lesbiana contra la difamación) y amfAR (Fundación americana para la investigación sobre el sida). Muchos pensaban que era homófobo –en Miramax sólo había un puñado de empleados abiertamente homosexuales–, y se rumoreaba que en su empresa cualquier proyecto de tema gay no tenía todas las de ganar. Harvey había insistido en cortar una coda de *Flirteando con el desastre* en la que se veía a dos hombres en la cama. «Siempre hay algún problema en lo que respecta al contenido homosexual de las películas de Miramax», dice Mark Tusk, su ejecutivo de compras salido del armario. «Harvey y Bob no eran lo que se dice homófobos; simplemente se sentían más cómodos con gente con la que podían ir a ver la Super Bowl. Harvey se junta con machos. Y cuando se dieron cuenta de que los gays constituían un mercado interesante, y que se podía ganar dinero con ellos, sonrieron y aguantaron.» Sin embargo, prisioneros de un sueño hecho realidad, los cineastas hicieron a un lado sus temores. Al fin y al cabo, todos sabían que Christopher era homosexual y que el guión contenía mucho material gay. Miramax era la compañía temeraria que había estrenado *Paris Is Burning, Priest* y muchas otras, ¿qué podía salir mal?

Pero los problemas no tardaron en aparecer, disfrazados de buena suerte. Los cineastas sabían que se trataba de un guión duro e intransigente que no era para todo el mundo y tampoco especialmente comercial. Estaba dirigido a un público urbano joven y culto. Por esa razón, querían que el presupuesto no superase los

cuatro millones. Sin embargo, Miramax quería una película más ambiciosa, con un presupuesto de ocho millones. (Según Miramax, el presupuesto se acercó a los cinco millones.) Los cineastas temían que un público más amplio necesitara una campaña de márketing más fuerte, destinada a atraer a más público, para compensar a Miramax el mayor presupuesto. Un público más amplio requería también cambios en el guión que hicieran más atractiva la película, y «muchas estrellas en el reparto». Pero más dinero es más dinero, y *54* era la primera película de Christopher. Como a James Mangold, al director no le resultó fácil decir que no. Christopher se reunió con Harvey, quien, como siempre cuando llega alguien pidiéndole ayuda, le dijo todo lo que quería oír, por ejemplo, que le había encantado el guión y, además: «La haremos para Navidad.»

De hecho, al principio todo fue sobre ruedas. Christopher tenía la ventaja de contar con buenos productores: Dolly Hall, que acababa de terminar la extraordinaria *High Art*, de Lisa Cholodenko, e Ira Deutchman, que había dejado New Line y trataba de hacer sus pinitos en producción. Mientras la carrera de Harvey había prosperado, la de Deutchman había tenido sus altibajos, y aunque hubo un tiempo, durante los turbios días de principios de los noventa, en que Harvey se sintió tan derrotado que llegó a pedirle a Deutchman que se hiciera cargo de su empresa, ahora lo trataba con condescendencia. Deutchman era alguien al que había dejado atrás. Por su parte, Deutchman parecía buscar en Harvey alguna señal de respeto.

Christopher también se benefició de los equipos de desarrollo y producción de los Weinstein. No obstante, lo que en un momento pudo ser el banco de talentos de Miramax, se convirtió, un minuto después, en la puerta giratoria. Primero se fue Jonathan King, el primero en traer el guión de *54*. A Alan Sabinson lo pusieron por encima de Webster y Lechner. Su historia se hizo famosa en la empresa. Tenía excelentes credenciales, y trabajaba de vicepresidente de programación original de TNT, en Los Ángeles, cuando los hermanos contactaron con él. Sabinson estaba contento como estaba, y sabía que no encajaría muy bien con los Weinstein. Sabinson les dijo, básicamente, que no era como ellos, que él era un

tipo simpático con pocos enemigos y que muy probablemente no se adaptaría. Los hermanos replicaron: «Eso es exactamente lo que queremos. Queremos suavizar nuestra imagen.» Contrariamente a lo que le aconsejaba la prudencia, cogió a su familia, esposa y dos hijos pequeños, y se trasladó a Nueva York con un contrato de tres años. Pronto se demostró que Sabinson tenía razón. A los hermanos no les gustó. Harvey le asignaba misiones imposibles, como convencer a Kevin Spacey para que cortase *Albino Alligator* después de que él mismo le concediera el derecho a supervisar el montaje final. No hubo manera de que el actor escuchase a Sabinson, y cuando el ejecutivo se lo comunicó a Harvey, éste gritó: «¡Eres un imbécil, un gilipollas! ¿Para qué te pago? Fuera de mi despacho, no quiero verte aquí, no sirves para una mierda.» Los Weinstein no tardaron en decidir que les convenía quitárselo de encima. Recuerda Webster: «Presencié cómo lo masacraron en un viaje en avión por todo el país. Lo denigraron. Harvey rechazaba todo lo que Sabinson decía.»

Al final, Sabinson se dio por vencido, pero quería que le pagasen lo estipulado por contrato. Los Weinstein no tenían ningunas ganas de hacerlo. Cuando Sabinson insistió, lo amenazaron: «Nos despertaremos todos los días y nos preguntaremos: "¿Cómo podemos fastidiarte la vida?" Te mandaremos a Hong Kong, te pasarás la vida en un avión, dando la vuelta al mundo. No verás nunca a tu familia.» Sabinson les creyó y renunció. Dice Mark Gill, vicepresidente de márketing, que fue testigo de todo: «Era matar o morir, y él nunca quiso matar a nadie. Por lo tanto, se pasaban el día matándolo. El chico fue una diana para hacer prácticas de tiro.»

Luego, en 1997, se marchó Webster para dirigir Film Four, en Inglaterra. A Sabinson lo sucedió Poster, en rápido ascenso. A Deutchman lo despidieron y *54* recayó en Lechner. Miramax se enfrentó a Christopher por el reparto. El papel más importante era el de Shane, el chico de Nueva Jersey. El director quería a un desconocido, pero Poster se opuso y les gritó por teléfono: «¡Tenemos que escoger a alguien que podamos poner en Leno, en Letterman!» Al final se decidieron por Ryan Philippe, relativamente recién llegado. Salma Hayek fue la elegida para el lado femenino del

triángulo. Prosigue la fuente: «Después nos endilgaron a Neve Campbell. Es una de las chicas más agradables que hay, pero no sabe actuar. A su lado, Salma Hayek parece Meryl Streep.» Campbell había actuado en *Scream*. A los actores como ella, Harvey solía decirles: «Trabaja para Dimension y cobrarás; después trabaja para mí por amor al arte.» Su presencia garantizaba virtualmente grandes ventas para la televisión, de modo que, aunque la película fracasara en los cines, no perderían dinero. «Tenían una mentalidad más propia de un estudio, querían caras conocidas», dice Lechner. Pero el papel de Campbell era muy secundario y los directores pensaron que podrían soportarlo. Además, en un golpe de suerte, Mike Myers, que acababa de terminar *Austin Powers*, aceptó el papel de Steve Rubell. Era un gran papel que le daba la oportunidad de aspirar a uno más serio, que le permitiera superarse. Cuando Myers firmó el contrato, Harvey dio luz verde a la película.

Por más que la prensa tildara a October de «nueva Miramax», seguía siendo una modesta compañía de Nueva York cuyos éxitos –insignificantes según los criterios de los Weinstein– eran películas de desconocidos directores extranjeros de Inglaterra, Dinamarca y otros países. McGurk pensaba que a October le convenía un nuevo Amir Malin. No alguien capaz de explotar los archivos, sino un jugador de impacto que ayudara a llevar a la empresa al «siguiente nivel». En Miramax había un tipo al que McGurk conocía bien. Sería el ideal, pensaba McGurk. Se llamaba Scott Greenstein.

El trato de Greenstein con Miramax había expirado y él se moría de ganas de marcharse. No había lugar para un ascenso; además, era el blanco de continuos malos tratos. Sin embargo, a los hermanos al parecer les impresionaba estar negociando un nuevo contrato con Greenstein mientras éste utilizaba lo aprendido en Miramax para buscarse otro trabajo. Dice Bill Mechanic: «Scott vino a verme en Fox y me dijo que era el tercer Weinstein. Quería que despidiera a Lindsay Law, jefe de Fox Searchlight, dijo que él se

merecía el puesto de Lindsay, esas cosas. Ése fue el final de nuestra conversación. Obviamente, se lo contó a Harvey –o Harvey se enteró por alguna otra vía– y dijo que yo le había ofrecido un trabajo, lo que no es cierto. Entonces recibí una de esas llamadas de Harvey: "¿Cómo te atreves a robarnos nuestra gente...?" Le dije: "Te están engañando."»

Afirmando que tenía una oferta de Mechanic, Greenstein también golpeó a las puertas de Universal, donde lo recibieron más cálidamente. «Scott es un buen negociador, tiene verdadero olfato para el talento y es un buen publicista. Puede aportar muchas cosas», dice McGurk. «En papel tenía sentido. Íbamos a contratar a alguien que era el número tres de una empresa que en diez años había multiplicado por diez su valor; por lo tanto, debía de conocer bien su oficio.» Como Ray y Schmidt confiaban en McGurk, cuando éste dijo: «Mirad, reunámonos con este tío; os será muy útil. Pronto se le termina el contrato y estará libre. Hay más gente buscándolo», los socios aceptaron verlo.

A Greenstein le daba terror que los Weinstein descubriesen que estaba negociando con October; así, un fin de semana de junio, se fue en coche a Riverdale a reunirse con Ray y Schmidt en la cocina de la casa del segundo. Ray intentó recordar lo que había oído decir de Greenstein: «Era el sicario de Harvey, un tipo sucio. Harvey no quiere castigar a nadie; Scott es el martillo.»

Ray llegó temprano. Quería pensarse las preguntas que iba a hacerle; se preguntaba cuán sincero podía esperar que fuese Greenstein. Estaba preocupado, pues no quería cometer con él un error como el que había cometido con Malin. Le había manifestado sus dudas a McGurk, que pensaba que le hacía demasiadas preguntas y tenía demasiadas opiniones, y no quería procesar tanta información. Simplemente quería que hiciera lo que él quería que hiciera. Y dijo: «¡Basta! ¡Basta! ¡Reúnete con Greenstein! Quiero que te caiga bien.»

Greenstein llegó en un imponente GMC Yukon negro, con llantas de cromo, y vestido de manera informal. Schmidt preparó café y se sentó a escuchar. Greenstein preguntó: «¿Qué habéis oído decir de mí?» Ray respondió: «Esto es lo que he oído decir...» Al explicarles

cuál era su papel en Miramax, Greenstein básicamente les dijo que era injusto afirmar que él era el sicario, que lo que hacía era limpiar lo que Harvey y Bob ensuciaban. Antes bien, él era el pacificador, el que, cuando había un problema, intentaba solucionarlo. Los aduló, afirmó que eran un clavo bajo la silla de montar de Harvey, pero no dijo nada raro ni desagradable. Ray quería que fuese servil y lisonjero, un imbécil al que fuera fácil decirle que no, un Uriah Heep, pero Greenstein no era así. El lunes Ray llamó a McGurk, que le preguntó: «Ya habéis conectado, ¿qué opináis?» Ray contestó, sin mucho entusiasmo: «Parece legal, pero es difícil decirlo con sólo una reunión. John piensa que es imposible saber nada hasta que se trabaja con alguien.» Llamaron a algunas personas, hicieron algunos deberes. Y les dijeron: Está en una situación lamentable, es el tercer Weinstein. Un buen tipo, de veras, pero no tiene nada que ver con el cine, no se meterá en vuestros asuntos. Fue el sicario de dos sicarios, por eso nadie puede separar a los sicarios de los hombres, ni lo que Greenstein hizo en Miramax de lo que los Weinstein le mandaron hacer. Con todo, Ray y Schmidt estaban llenos de dudas. Querían llevar October ellos mismos; no necesitaban otro Malin. Dice Schmidt: «Basándonos en la confianza de McGurk, firmamos.» Pensaban hacer *Enemies–A Love Story*, película que terminó pareciéndose más a *Durmiendo con su enemigo*.

Entretanto, había muchas cosas que hacer, películas que comprar y que producir. Unas semanas antes, Ray y Schmidt habían recibido de Killer Films y Good Machine un guión titulado *Happiness*, que dirigiría Todd Solondz. A Sony Classics le había ido de maravillas con la anterior película de Solondz, *Bienvenidos a la casa de muñecas*, que había recaudado 4,7 millones –¡y después hablan de la *fatwa* de Hollywood a los personajes poco agradables–. Solondz había recibido muchos elogios como talento original. Es un hombre bajito y ligero; su voz se alza y desciende en un sonsonete agudo y cadencioso que no es desagradable, si bien es inevitable compararla con la de Woody Allen, y él se viste para el papel, extravagante e interesante a la vez, es decir, un poco «retro», con calcetines amarillos y chaleco de rombos. Las entradas le han dejado una frente despejada, y lleva unas gafas industriales de montura gruesa

y negra, detrás de las cuales sus ojos nadan como lebistes en una pecera, lo cual le da un aspecto de criatura apabullada y perdida. No le gusta mirar a los ojos; su expresión característica es un ceño ligeramente fruncido, como si le empezara a doler la cabeza o hubiera mordido algo amargo. Solondz parece un personaje de una película de Wes Anderson –*Los Tenenbaum. Una familia de genios*, tal vez–, aunque más frío, más calculador y autoprotector que los desventurados héroes de Anderson.

Solondz creció en Livingston, Nueva Jersey, un lugar que entonces él consideraba «el más feo del planeta, la encarnación de la banalidad, un vacío estético», hasta que se dio cuenta de que casi todo en América era prácticamente igual. El director ha dicho que hablar de su infancia «lo enferma». Hijo de un albañil, recuerda que sus padres plantaron un imperfecto seto de ligustro que nunca creció y que, por lo tanto, nunca los protegió de la vista de los vecinos. Sigue obsesionado con su intimidad y con las salidas a escena, no le gusta que le hagan fotos. Ve muchísimas películas y detesta prácticamente todo; es competitivo con sus colegas. No obstante, Solondz es tan duro, ansioso y obsesivo como los directores con mayor trayectoria y mucho más éxito. Hasta su edad resulta ser una sorpresa. Pese a su apariencia adolescente, ya tenía treinta y cuatro años cuando dirigió *Happiness*.

En la escuela de cine de la Universidad de Nueva York, Solondz hizo un cortometraje gracias al cual firmó con Fox un contrato por tres películas. Fox quería que dirigiese *La revolución de los novatos III*. No hace falta decir que Solondz se negó, tras lo cual regresó a Nueva York, donde hizo una película cuyo título parece resumir su visión del mundo, *Fear, Anxiety and Depression* («Miedo, ansiedad y depresión»), una película que detestó tanto que decidió dejar de hacer cine; no volvió hasta 1995 con *Bienvenidos a la casa de muñecas*. La poco atractiva apariencia y la torpeza de Solondz en los deportes hicieron de él un clásico «pringado», y él supo transformar el dolor de su adolescencia en una visión cáustica y a menudo implacable de la clase media americana de finales del siglo xx, al estilo de la fotógrafa Diane Arbus, una visión mucho más negra aún que la de Kevin Smith y Hal Hartley, los otros cabecillas de la Costa

Este. Junto al teatro de la crueldad de Solondz, *Election*, de Alexander Payne, *The Good Girl*, de Miguel Arteta, e incluso *Ghost World,* de Terry Zwigoff y las versiones surrealistas del Valle de San Fernando filmadas por Thomas Anderson, parecen tumores benignos. En una palabra, en una época de películas optimistas y edificantes como *Mi gran boda griega*, y de caras risueñas como la de Sandra Bullock, Solondz hace películas para sentirse mal. En la mina de carbón de los independientes, Solondz es el chivato. Mientras alguien con una voz tan distópica como la suya pueda hacerse oír, habrá esperanza.

El guión de *Happiness* ya había hecho la ronda de las distribuidoras, pero con sus escenas de masturbación y un tratamiento de la pederastia no precisamente adverso, todos vieron que la habrían calificado de NC-17, lo cual los puso muy nerviosos. (Incluso los hermanos Farrelly –*Algo pasa con Mary*– dijeron que *Happiness* era «morbosa».) Todos dijeron: «Hay que quitarle esas escenas de sexo infantil.» Solondz ni siquiera se molestó en probar con Miramax porque ya había corrido la voz de que Harvey no quería saber nada más de material polémico.

Ray and Schmidt habían perseguido *Bienvenidos a la casa de muñecas* después de que ganase el Gran Premio del Jurado en Sundance el año anterior; aunque no la consiguieron –la compró Sony Classicspensaron que habían conectado con Solondz. Cuenta Schmidt que el director les dijo que «no le gustaba Amir» y que ésa fue la razón por la cual *Bienvenidos a la casa de muñecas* no fue para ellos. Los dos socios leyeron el guión de *Happiness* inmediatamente y les encantó. Era una historia sombría, casi dolorosa y prácticamente imposible de hacer. Pero, anticipándose a la dificultad que significaba conseguir una distribuidora americana, David Linde, de Good Machine –se había ido de Miramax en 1997– ya había cubierto la mitad del presupuesto vendiendo los derechos extranjeros. La reacción de Ray fue: «Esto es ideal para nosotros, es exactamente la clase de película que deberíamos financiar. Comprémosla.» October le envió el guión a Universal, que lo aprobó. October le dijo a la gente de *Happiness*: «La calificación no será un problema para nosotros. Universal nos ha dado autonomía total para

hacer lo que queramos.» Más tarde, alguien dijo, en broma: «¡El único error que cometió October cuando Universal les dijo que tenían autonomía total fue creérselo!»

Como Ray, Christine Vachon era una fan de *Bienvenidos a la casa de muñecas*. «Era una de las pocas películas que había visto y que me hubiera gustado producir», dice Vachon. Había llamado a Solondz para invitarlo a almorzar en el Time Cafe, cerca de las oficinas de Killer Films, un día del verano de 1996. Al final de la comida, Solondz le dijo que quería que produjera su próxima película, que resultó ser *Happiness* –con Ted Hope– en Good Machine. Según Vachon, October aprobó un presupuesto de cinco millones, con Patricia Arquette en el papel de Cynthia Stevenson, la mujer del corruptor de menores. Pero Arquette se marchó precipitadamente en junio porque su madre estaba enferma. «Al día siguiente, Ted y yo nos despertamos y vimos a los de October muy asustados», dice Vachon. «Era la misma gente que en Cannes había dicho: "Queremos trabajar con Todd Solondz. No nos importa quién trabaje en la película." De repente, todo empezó a girar alrededor de quién trabajaba en la película.»

El guión pasó por las manos de entre doce y quince actores para el papel del pederasta, incluidos Jeff Bridges, William Hurt, Gary Sinise, John Goodman y Bill Pullman. La reacción fue la misma: «Es un material absorbente e interesante, PERO...» «Un pero tan grande como el puto monte Rushmore», dice Ray, como si quisieran decir: «Yo soy padre; primero soy padre y luego actor.» Cada actor se tomó dos semanas para decidir; Solondz quería comenzar a rodar el 1 de agosto. Como no pudo obtener de October una respuesta inmediata en lo tocante al reparto, empezó a sentir que la película se convertía en arena que se le escurría por entre los dedos. Malin todavía daba vueltas por ahí, eran sus últimos días. Dice Vachon: «Mientras nosotros teníamos que jodernos yendo a ver a todas las estrellas de primera categoría, Amir era el que nos daba una cifra», dice Vachon. Desesperado, Solondz al final preguntó: «¿Por cuánto dinero me dejaréis hacer esta película sin tener que preocuparme por estas estupideces?» Malin le dijo al instante: «Dos millones doscientos mil.» Solondz repuso: «Muy bien, entonces eso es lo que

quiero hacer.» Prosigue Vachon: «Amir tenía una fama terrible, pero yo sentía que su imbecilidad era visible y eso lo sé manejar. Además, yo respetaba muchísimo a Bingham e imaginaba que él nos protegería de todo lo que pudiera pasar en esa nada santa alianza.»

Según Schmidt, Malin «no quería irse. Llamó a McGurk y le dijo: "Me obsesiona lo que he hecho. Tienes que arreglarlo." McGurk le respondió: "No puedo. Lo que hiciste, hecho está"». Greenstein entró en October el 14 de agosto de 1997. No tardó en quedar claro que su salida de Miramax dejó abierta una herida que no era ni limpia ni incruenta. Cuando Harvey se enteró de que su tercer hermano, su verdugo mayor y chivo expiatorio favorito, se había escapado por debajo de la alambrada de espino para irse con la competencia, casi tuvo el infarto que todo el mundo estaba esperando. Dice un ex ejecutivo de Miramax: «Me sorprende que lo dejaran ir. Él no sabía dónde enterraban a los cadáveres, sólo los entregaba. Marcharse fue una auténtica afrenta a Harvey.» Según *Variety*, Weinstein cerró con llave el despacho y no dejó entrar a Greenstein; ordenó que los guardias de seguridad lo acompañaran hasta la puerta del edificio, lo cual le obligó a pasarse la última semana trabajando desde su casa. En palabras de Ray: «Cuando Greenstein se incorporó a October, se declaró una guerra abierta que duró seis meses. Toda deserción de Harvey es importante. Si eres un humilde segundón, se cabrea. Pero si llevas cuatro años pegado a sus pantalones y eres el director financiero, se enfurece.»

El teléfono del escritorio de Schmidt se encendió al instante como si se incendiara. Harvey, que, según Ray y Schmidt, lanzó una barroca e imaginativa sarta de insultos y amenazas blasfemas, obligó a Schmidt a apartar el auricular. Recuerda: «Harvey empezó a lanzar improperios y comentarios imbéciles. A voz en cuello y durante unos tres cuartos de hora, cosas como: "¡Ya hemos apuntado nuestros misiles! ¡Pronto lanzaremos los cohetes! ¡No sabréis lo que os va a caer encima! Por cada película que estrenéis, nosotros estrenaremos tres. Os dejaremos fuera de juego."» Era demasiado bueno para no compartirlo. Schmidt dejó el auricular sobre la mesa y se fue a buscar a Ray, gritando: «Tienes que venir aquí, tienes que venir ahora mismo.» Recuerda Ray: «Desde la puerta del despacho de

John se podía oír a Harvey, que seguía gritando. Decía cosas como: "¡Vamos a enterrarte, Schmidt! Esa participación que te gusta tanto en tu empresa no va a valer una mierda. Vamos a coger esa compañía y vamos a destrozarla, pedazo a pedazo. Si tienes contigo una sola persona de talento, voy a robártela, y voy a robarte a todos los empleados que te gusten. En dos semanas vamos a liquidarte, te quedarás sin empresa. Y después de que enterremos esa empresa de mierda que tienes, cuando salgas de las ruinas de lo que antes se llamaba October, entonces vendrás aquí arrastrándote y puede que Bob y yo pensemos: John nos cae bien, vamos a devolverle su trabajo. Y tú, Bingham, tú, pedazo de mierda, ¿te crees que sirves para todo? Que te den por culo, cabrón. Puedo hacerte volar por los aires con uno de mis peditos más flojos."»

McGurk, siempre leal a los Weinstein, los defendió ante ejecutivos de Disney, como Dick Cook, que, además de odiarlos, en esos momentos presionaba a Universal para que les vendiera *Shakespeare in Love*. Todo eso no sirvió de nada. Bob llamó a McGurk, amenazó con romperle las piernas, le dijo que nunca volvería a trabajar en la ciudad. Como señaló el productor Larry Meistrich, a los Weinstein les gusta ser una gran influencia y, muy inteligentemente, daban vacantes para principiantes a los hijos de algunos de sus amigos –Anthony Minghella y el director John Madden, entre otros–, una práctica que olía a generosidad y toma de rehenes. En el momento en que Greenstein desertó, la hija de Frank Biondi, el presidente de Universal, estaba haciendo prácticas en Miramax. Biondi dice que Bob amenazó con ponerla de patitas en la calle. Greenstein les tenía terror a sus antiguos jefes. Según Susan Glatzer, que llevaba la oficina de October en la Costa Oeste: «Nunca vi que nadie le diera miedo, salvo Harvey y Bob. En la entrega de los premios Gotham, le aterrorizaba la idea de encontrarse con ellos.»

Mientras que Malin había operado en la sombra, evitando los estrenos en favor de una velada en casa con su esposa y sus hijos, Greenstein era un juerguista. Mientras que Ray y Schmidt llevaban una operación informal y discreta –se enorgullecían de coger el metro cuando iban a una proyección en el norte de la ciudad; tenían

cierta mentalidad de guerrilleros–, Greenstein insistía en tener limusina con chófer, a la manera de Harvey y Bob. «Me di cuenta de adónde iríamos a parar», dice Ray. «Era la miramaxización de October. Y yo me opuse de inmediato, con vehemencia.»

Todos los años, en septiembre, el mundo independiente se congrega en el Festival de Cine de Toronto. Ese año, la película más esperada, la que nadie había visto –no había copiones ni montaje provisional ni carrete de veinte minutos– era *Camino al cielo (The Apostle)*, escrita y dirigida por Robert Duvall. Duvall era –o pretendía ser– un auténtico blanco pobre y sureño, y lo fascinaba todo lo que tenía que ver con las clases bajas reaccionarias del Sur, como los predicadores con carisma. *Camino al cielo* es la historia de un clérigo extravagante –mansión, Cadillac blanco, caros trajes blancos, zapatos de cuero– en lucha con sus demonios. Alma torturada, en parte timador, en parte hombre de Dios, con un ojo puesto en Jesucristo y el otro en las señoras, tenía una veta violenta que le bajaba por la espalda como una autopista interestatal. El propio Duvall había escrito gran parte del guión y estaba desesperado por hacer la película.

Sin embargo, tenía problemas de financiación. El interminable guión, de ciento sesenta páginas, repleto de sermones sobre los tormentos del infierno, no parecía acelerar el pulso de la industria del cine y llevaba trece años rondando por Los Ángeles y Nueva York, por compañías como Miramax, e incluso October, sin que nadie se interesara por él. Morris Agency era la agencia de Duvall. Un día, Cassian Elwes estaba pasando un rato con Duvall, con Todd Harris, su agente, y el abogado del actor. Elwes le dijo a Duvall: «Creo que deberías poner tú el dinero.» Sintió una patada por debajo de la mesa, que venía de donde estaba sentado Harris, que lo miró como diciendo: Cassian, ésa es la mayor estupidez que un agente puede decirle a su cliente. Vamos a perderlo. Pero Elwes se había comprometido, y prosiguió sin inmutarse, convenciendo a Duvall de que podía recuperar la inversión sólo con las ventas al extranjero. Duvall se lo pensó y concluyó que Elwes tenía razón. *Camino al cielo* se convirtió en un espectáculo Robert Duvall: el actor escribió el

guión, interpretó el papel protagonista y financió la película, que costó unos cinco millones de dólares.

El nuevo equipo de October asistió al Festival de Toronto, con los bolsillos llenos de dinero de Universal, ansioso por forrarse. Pese a sus recelos, Ray puso su mejor cara para hacer frente a la situación creada por Greenstein. Cary Woods tropezó con él en el festival y le dijo: «Bingham, permíteme que te dé un consejo: ¡cuídate las espaldas!», e hizo el gesto de quien recibe una puñalada trapera. Ray no le hizo caso: «Oh, no, te equivocas; todo está saliendo a la perfección.» No obstante, en privado no confiaba tanto. «Había mástiles y más mástiles de banderas rojas, uno tras otro», recuerda. «Y Toronto era el lugar en el que había demasiados mástiles.»

En 1997, eran demasiadas las agendas en conflicto como para dejar cortada una sesión del Consejo de Seguridad de Naciones Unidas. Para Greenstein, *Camino al cielo* era la película que Harvey quería comprar, porque eso era lo que le habían dicho sus espías de Miramax. En palabras de Eamonn Bowles: «Scott intentaba escapar de sus antiguos jefes y demostrarse a sí mismo lo que era capaz de hacer solo. Si los Weinsten se interesaban por algo, él también se interesaba automáticamente. El incentivo era derrotar a Miramax.» Aunque Greenstein no era famoso por leer guiones, y si había leído algo de *Camino al cielo* es muy probable que no lo leyera todo, Ray lo había leído dos veces y no le había gustado. Pensaba: Ser un hombre impío, esta clase de americano medio de los que van machacando con la Biblia, es algo que no va conmigo. Esa mierda regional americana no encajaba bien en el extranjero. Así que, desde el principio, él y Greenstein se vieron enfrentados. Elwes, que representaba a la película en Toronto, tenía su propia pesadilla potencial. En realidad, competía consigo mismo, el gran éxito de *El otro lado de la vida* el año anterior y, habiendo alentado a Duvall a que él mismo se financiara la película, ahora tenía que cerciorarse de que, como mínimo, el actor recuperase el dinero. De lo contrario, se arriesgaba a que su agencia perdiese a un buen cliente. Harvey era importante, pero impredecible. Quería *Camino al cielo*, y también quería joder a Greenstein, cosa que podía conseguir superando sus ofertas o pujando tanto de manera que éste no pudiera nunca

obtener beneficios. Y en último lugar, aunque no menos importante, en vez de darle las gracias al hombre que le había dado la ventaja en *El otro lado de la vida*, acusaba a Elwes de hacerlo quedar mal por inducirlo a pagar demasiado. En consecuencia, es posible que se dispusiera también a ajustar esa cuenta.

Elwes decidió repetir la estrategia que tan bien le había funcionado con *El otro lado de la vida*. Organizó un pase para los compradores en el Uptown, el cine más grande de Toronto. Todo el mundo iba a estar presente –las tropas de Miramax; Lindsay Law, de Searchlight; Tom Bernard y Michael Barker, de Sony; Ruth Vitale, de Fine Line, e incluso Malin, de Live... todos, es decir, todos menos Harvey, que estaba en Martha's Vineyard, aunque había dado con el paradero de Elwes. «Quiero verla», le dijo Harvey.

«Por supuesto que la verás.»

«Quiero verla cuando todos la vean.»

«¿Cómo vamos a organizarlo? Ya he dicho que es un campo de juegos llano.»

«Envíame una copia.»

«No quiero hacer eso.» Luego, Elwes pensó: Oh, a la mierda. Mandaré que hagan otra cita y que alguien se la lleve a su casa en el momento exacto en que empiece la proyección en Toronto, para que no tenga una ventaja desleal.

La proyección se fijó para las nueve de la noche. La noche antes, Todd Harris, el agente de Duvall, había llamado a Elwes al hotel para recordarle, por si lo había olvidado: «¡Si no vendes la película, Duvall nos deja!» Elwes fue al cuarto de baño y vomitó.

Los compradores entraron en masa al Uptown. Sin embargo, cuando se dieron cuenta de que el Gordo no estaba en la sala, se olieron algo malo. Ray, que estaba en el vestíbulo comprando palomitas, le hizo a Elwes la pregunta obvia: «¿Dónde está Harvey?»

«Aquí no está.»

«Entonces, sospecho que no tenemos que preocuparnos por Miramax.»

«Oh, sí que tenéis que preocuparos por Miramax, porque todas esas otras personas están autorizadas para comprar.»

«No, Cassian, ninguna de las personas que están aquí puede

comprar. Ni Amy Israel ni Jason Blum pueden comprar una sola película que Harvey no haya visto. Por lo tanto, tengo que suponer que Harvey ya la ha visto.» Elwes lo negó rotundamente. Pero, como dice Ray: «Ésa fue la última bandera roja.» La proyección se retrasó misteriosamente para, al parecer, permitir que Harvey se adelantara a todos los demás. Mientras Elwes esperaba, Blum le pasó un teléfono: «Quieren hablar contigo.» Sin más preámbulos, la voz que Elwes conocía demasiado bien gruñó: «No es *El otro lado de la vida.*»

«¿Cuánto estás dispuesto a pagar?»

«Un momento. Tú siempre con el jodido dinero.»

«Porque soy un jodido agente. ¿De qué quieres que hable?»

«Muy bien, aquí va mi oferta: le pagaré lo que invirtió. Eso es lo que ofrezco.»

«No va a conformarse con recuperar el dinero; se ha pasado la vida tratando de hacer esta película.»

«Pues ya lo sabes. Tienes cinco minutos para ir a buscarlo y decírselo.»

«¡Pero si todavía no ha empezado la película!»

«¡Me importa una mierda!»

«Voy a entrar a decir que empiecen. Y hablaré con Duvall. Te llamo dentro de un rato.»

«Muy bien, que sea dentro de cinco minutos. Espero tu llamada.»

No importaba cuántas veces hubiera Elwes negociado con Harvey antes; siempre se parecía a un tratamiento de conducto. Ya empezaba a sentir que la camisa se le pegaba a la piel.

Greenstein, Ray y Schmidt se habían sentado juntos, en el ala izquierda; Greenstein en el pasillo. Elwes, a quien le preocupaba que la película fuese demasiado larga y que nadie aguantase hasta el final, esperó que pasaran unos minutos y luego se abrió camino por la sala a oscuras hasta el ala derecha, donde se habían apiñado todos los demás compradores. Aumentado la cifra en un millón de dólares, dijo, con un hilo de voz: «Miramax acaba de ofrecer seis millones, ¿alguien quiere superar esa cifra?» Un coro de enfadados murmullos le respondió: «Cabrón, si todavía no hemos visto la película.»

«Lo siento, chicos, ¿qué queréis que os diga? Están tratando de apoderarse de la película.» Jonathan Weisgel, que un año antes había ayudado a que Fine Line se hiciese con *Shine*, dijo: «Bueno, entonces no tenemos que esperar a que empiece esta mierda, ¿verdad?»

«Podéis quedaros por el placer de verla. Disfrutadla.»

«¡Vete a la mierda!»

«No he dicho que aceptara la oferta, sólo cuánto están dispuestos a pagar.» Luego regresó donde se habían sentado los de October y en voz baja le dijo a Greenstein: «Harvey ofrece diez millones. Si queréis seguir jugando, tenéis que hacer una oferta ahora.» Elwes sabía que había dicho lo que tenía que decir porque Greenstein saltó de la butaca como si le hubiera picado una avispa, susurrando con voz ronca a los demás: «Venga, tenemos que irnos», y reculó por el pasillo hasta llegar al vestíbulo, arreando a Elwes y a Craig Emmanuel, su abogado. Se subieron todos a un taxi y enfilaron hacia los improvisados despachos de October en el Sheraton del centro de Toronto. La teoría de la negociación de Greenstein –en realidad, la de Harvey– era: entrar en la habitación, cerrar la puerta, no abrirla hasta conseguir la película. Ray estaba incómodo. Se sentía empujado a tomar una decisión precipitada; quería ver toda la película, por lo menos un poco más. Puesto que Harvey no estaba ahí, se preguntaba cómo podía haber hecho una oferta, y mucho más una oferta de seis millones. Siempre cabía la posibilidad de que Elwes se lo hubiera inventado todo, de que no hubiera ninguna oferta. Con todo, empezaron a regatear en el taxi, con Greenstein a la cabeza. Greenstein superó la que pensaba que era la oferta de Harvey, llevando el precio a 7,5 millones por una película de la que apenas habían visto unos diez o veinte minutos. Era una cantidad que no hacía que Ray se sintiera cómodo, por lo que preguntó otra vez: «¿Dónde coño está Harvey? ¿Cómo puedo saber...? ¿Cómo es que Harvey ha visto la película?»

«Está en Vineyard, le envié una cinta. La está viendo ahora, como todos los demás.»

«¡Mentira podrida! ¿Que Harvey esperó hasta que la proyección

estuviera a punto de comenzar en el Uptown antes de meter la cinta en el vídeo en Martha's Vineyard? ¿Esperas que me lo crea?»

«¡Sí! Harvey es un hombre de palabra. No la ha visto antes que vosotros.»

Ray soltó una risotada de desdén. Era todo tan absurdo que se convenció de que Elwes lo había inventado en su provecho. Y pensó: Estamos ofertando contra nosotros mismos. Hay demasiado riesgo en esto, nos está tomando el pelo a lo grande un muy hábil Cassian Elwes. Pero Greenstein tenía en alta estima sus propias habilidades para sobrevivir. Su actitud era: Nadie puede engañarme; estoy hecho a prueba de balas, chico. Ray no abrió la boca.

El despacho de October estaba en la segunda planta. Era una sala de reuniones desnuda con una mesa redonda, una garrafa de plástico de agua mineral y unos cuantos vasos. Emmanuel ya había empezado a redactar las cláusulas del contrato cuando Elwes dijo: «Oh, mierda, se me ha olvidado llamar a Weinstein.»

«¿Qué?»

«Le dije que volvería a llamarlo en cinco minutos y ya ha pasado una hora. ¡Debe de estar furioso.» Greenstein le clavó la mirada y le dijo: «Puede volver a llamarlo *después* de que cerremos el trato.»

«No, voy a llamarlo ahora. Y le diré que firmamos.»

«¡Y una mierda! Vas a llamarlo después.» Elwes tenía el teléfono móvil en la mano y Greenstein intentó arrebatárselo. Empezaron a forcejear. Elwes gritó: «Scott, vamos, hombre. Somos adultos. Voy a dejar mi teléfono sobre la mesa, todos lo veréis. Sentémonos.» Las versiones de lo que pasó después difieren entre sí, aunque todos coinciden en que Elwes perdió las riendas de la negociación. Según Schmidt, en ese momento sonó el móvil del agente. Todos se quedaron de piedra. Los tres ejecutivos de October se miraron diciendo: ¡Harvey! Y uno de ellos le advirtió a Elwes: «Cassian, si sales de esta sala con ese teléfono, retiramos nuestra oferta.» Elwes parecía a punto de echarse a llorar; pero dijo: «No puedo no contestar; es mi trabajo, tengo que contestar», y salió. Según Elwes, dejó el teléfono en el centro de la mesa y todos se calmaron, hasta que de repente lo cogió y salió corriendo de la sala, marcando a

toda pastilla el número de Harvey mientras los de October lo seguían por el pasillo. Elwes gritaba: «¡Hola, hola!» Harvey contestó y dijo:

«¿Qué diablos pasa?»

«¡Estoy con los de October!»

«¿Qué? ¿Qué coño estás haciendo?»

«Bueno... en realidad, estoy por cerrar el trato con ellos.»

«¡Hijo de puta! ¡Has firmado!»

«No, joder, no. Todavía no.»

Entretanto, la *troika* de October lo perseguía por el pasillo, gritando: «¡Sí, ha firmado, ha firmado!» Elwes ya llegaba al final del pasillo, probando todas las puertas a su paso para encontrar una que estuviera abierta. Entró sin llamar en una habitación ocupada por dos señoras mayores y se encerró en el baño. Los de October también entraron y empezaron a aporrear la puerta, siempre gritando: «¡Sí, ha firmado!», mientras Harvey le gritaba al oído: «¡Has firmado, cabrón! ¡Has firmado!» En ese momento, el móvil se quedó sin batería. Elwes dijo: «Ya está, no pienso volver a hablar con ninguno de vosotros.» Elwes salió de la habitación y enfiló por el pasillo en la dirección contraria. Los de October salieron otra vez a perseguirlo, hasta la salida de incendios. Llovía a cántaros. Tres plantas más abajo, un hombre que al parecer trabajaba para el hotel, gritó: «¡No puede estar en la escalera de incendios!»

«¡Ah, gracias!» Elwes bajó un piso, encontró una habitación vacía, entró, cerró de un portazo y cambió la batería del móvil. De repente, el teléfono empezó a sonar. Elwes, pensando que era Harvey, dijo: «¿Qué carajo quieres?»

«Oh, Cassian, soy Mike Simpson.»

Simpson era el jefe de Elwes en William Morris. Elwes dijo, lo más tranquilo que pudo: «Ah, hola, Mike. ¿Qué ocurre?»

«Acabo de recibir una llamada de lo más rara.»

«¿De quién?»

«Era Scott Greenstein, dijo que estabais por cerrar un trato pero que saliste corriendo.»

«Es cierto.»

«Bueno, están muy cabreados.»

«Y con razón. Es que no sabía qué hacer, me entró el pánico.

Weinstein ha ofrecido mucho más.» Era mentira, pero Elwes pensaba que Harvey ofrecería más.

Mientras tanto, los de October guardaron con llave la chaqueta y la agenda electrónica PalmPilot de Elwes en el despacho, sabiendo que, cuando terminara de hablar con Harvey, tendría que llamarlos para recuperarlas. Dejaron el Sheraton y se fueron al bar del Four Seasons a tomarse unas buenas copas. Elwes volvió a llamar a Weinstein, que al instante le gritó: «Pagaré más, no me importa cuál sea la cifra. Te digo que pagaré más.» Elwes escupió diez millones, el número mágico de *El otro lado de la vida*.

«Muy bien, trato hecho.»

Luego Elwes llamó a Schmidt, que estaba en el Four Seasons, y le dijo: «Harvey me ha hecho una oferta que no puedo rechazar.»

«Cassian, la verdad es que no sé por qué nos llamas, no estamos en esto. Te lo dijimos, pero te escapaste. Nos retiramos, así que ahora tienes una sola oferta, sólo una. Buena suerte.» Schmidt sabía que: «Diez millones de Harvey no son diez millones de otra parte. La técnica de negociación de Miramax es echar de la arena a todos los demás, ya sea con tácticas intimidatorias o altísimas ofertas preventivas. Luego, cuando la competencia se retira, fuerza a la baja hasta que, al final, a veces no se cierra ningún trato.»

De hecho, lo que Harvey daba, también podía quitarlo. Pasaron unos minutos y Weinstein, que debió de darse cuenta de que había ahuyentado a los de October, o que tal vez sospechaba que Elwes le mentía, o quizá porque estaba devolviéndole lo que le debía por *El otro lado de la vida*, llamó y dijo: «He cambiado de opinión. No voy a comprar esa película.» (Según Weinstein, nunca llegó a ofrecer diez millones. «Me retiré después de ofrecer cinco», dice.) Elwes ya sentía el gusto de la bilis en el fondo de la garganta. Y pensó: Oh, Dios, no tengo ningún trato, nada. Voy a perder a mi cliente. Ésta es la peor noche de mi vida. Tenía que asistir, a medianoche, a la proyección de *Orgazmo*, otra de las películas que representaba, dirigida por los jóvenes Trey Parker y Matt Stone. Empezó a llamar a los tres de October, pero éstos habían apagado los teléfonos y no los localizó. Elwes fue al pase de *Orgazmo*, que salió bien, y luego se puso a dar vueltas en coche por la ciudad –seguía lloviendo– y a

buscar a Ray, Schmidt y Greenstein por los bares de los hoteles. Llamó varias veces a sus habitaciones, pero en vano. Al final, a las cuatro de la mañana, los encontró en el Four Seasons. Ray se dio cuenta de que Elwes estaba empapado y pensó: Por dentro estás más mojado que por fuera. Le dijo: «Tienes mucho valor para venir a vernos justo ahora.»

«Mirad, Weinstein está tratando de joderme.»

«No me digas.»

«La situación es la siguiente. Podemos sentarnos aquí mismo y cerrar el trato del que estuvimos hablando; os aseguro que firmo ahora mismo. No quiero llamarlo. No voy a llamar a nadie. Firmaremos el contrato aquí. Y vosotros tendréis la película, mañana podréis leerlo en las revistas especializadas.» Ray no estaba muy convencido. Lo que Elwes les decía sólo confirmaba su sospecha de que llevaban la noche ofertando contra ellos mismos. En ese momento llamó Simpson y le dijo a Ray: «Esto se ha ido a pique. No hemos llegado a ninguna parte, necesitamos tu ayuda para arreglarlo. ¿Qué costaría que lo hicieras?» Los chicos de October salieron y consultaron entre ellos; al cabo de diez minutos regresaron y dijeron: «De acuerdo, cerramos el trato. Pero va a costaros 2,5 millones.» A las cinco y media de la mañana volvieron a redactar el contrato. October penalizaba a la agencia William Morris bajando a cinco la oferta previa de 7,5 millones, pero esos cinco millones compensaban la inversión de Duvall. (A la prensa le dijeron que habían pagado seis para salvarle la cara a Duvall.) Ese mismo día, Elwes les vendió *Orgazmo* a Greenstein y Schmidt pasando por encima de las objeciones de Ray. Greenstein quería tener una relación con Parker y Stone, los directores.

Aunque la cacería de *Camino al cielo* se cuenta entre las más disparatadas de los anales de las compras, todos los que se vieron envueltos en ella consiguieron lo que querían. Harvey le dio una lección a Elwes. «Creo que jugó con Cassian», dice Bowles. «Harvey se siente ofendido cada vez que percibe un desaire. Le pasa incluso con la gente que le cae bien, si él cree que alguien se crece demasiado, lo frena, lo pone en su lugar.» Además, Weinstein evitó el peso de otra compra sobrevalorada. Y su disposición a soltar la

película fue un indicio más de que el centro de gravedad de Miramax ya no eran las compras. Satisfaciendo a Duvall, Elwes evitó lo que podría haber sido un embarazoso fracaso personal, o algo peor, la deserción de un cliente de su agencia. Greenstein fue el gran ganador, si bien a costa de irritar aún más a Ray, que empezó a acusarlo de comprar de manera irresponsable dos películas, *Camino al cielo* y *Orgazmo*. Recuerda Susan Glatzer, ejecutiva de October, que en los viejos tiempos Ray solía decir: «Amir Malin es Satán. Es decir, lo era antes de conocer a Scott Greenstein.»

10. SOÑAR CON LA FAMA
1997-1998

• ***De cómo Miramax se llevó* Shakespeare *al huerto pero sus propios empleados los llevaron a juicio, mientras Spike Lee le faltaba el respeto a Quentin Tarantino después de ver* Jackie Brown *y Bingham Ray* et altri *perdían* Happiness*.***

Él me ofreció una película y dijo: «Te haré rico.» Yo estaba sin blanca. Me había gastado todo el dinero, pero le dije: «Harvey, no se trata de la pasta, joder. Esta película es una mierda. No pienso hacerla.» Y se puso a gritarme por teléfono; me mandó al cuerno y me colgó.

MATT DAMON

El estreno de *El indomable Will Hunting* se fijó para antes de Navidad de 1997, y se lanzó por todo el país en enero y febrero. Puede decirse que Miramax dejó a Gus Van Sant totalmente a su aire. Para el director, y también para Matt Damon y Ben Affleck, fue una buena experiencia. En septiembre de 1997, pocos meses antes de que se estrenase la película, Damon dijo: «Nunca hubo un solo problema. Tuvimos la sensación de estar dando un agradable paseo en coche. Por más que digan que Harvey te jode en la sala de montaje –y estoy seguro de que llegará el día en que lo hará–, a nosotros no nos hizo nada parecido.»

Harvey, que había visto el montaje de Van Sant, sólo dijo:

«Estupendo. Ahora que pase la prueba.» Affleck estaba en Los Ángeles haciendo *Armageddon.* El productor Chris Moore lo llamó y le dijo:

«Ha sacado un 94.»

«¿Y eso qué significa?»

«Que es buena, que es un éxito.»

«¿Que la película es un éxito? Pero si todavía no se ha estrenado.

«Ya lo sé, pero ninguna saca nunca una nota tan alta. Es la nota más alta que han obtenido jamás; es muy buena, de veras.»

Basándose en esas calificaciones fuera de lo común, Miramax adelantó el estreno de *El indomable Will Hunting* al 7 de diciembre, y decidió lanzarla con bombo y platillo después de *Titanic*. Los chicos fueron a la casa de Weinstein en Westport, Connecticut, a proyectar la película de James Cameron para saber a qué tendrían que enfrentarse. Según Affleck, Harvey dijo: «No tenemos de qué preocuparnos. Sólo tiene una buena escena, cuando el barco se hunde. No hay ningún problema.»

Como de costumbre, el departamento de márketing les hizo sudar tinta a Damon y Affleck. Recuerda Damon: «La mentalidad de Harvey le decía que tenía que hacer absolutamente todo para que tu cara y tu nombre se hicieran conocidos. De repente alguien me llamaba y decía: "Queremos ponerte en la portada de esta revista." Yo pensaba: Pero yo no quiero volver a pasar por eso. Harvey nos hacía sentar y nos decía: "¿No queréis que la gente vaya a ver *El indomable Will Hunting*? ¿No estáis orgullosos de vuestra película? ¿No os pasasteis trabajando seis putos años? ¿Cuál es el problema? Hacedlo, haced todo lo que os digan." Y nosotros: "De acuerdo, de acuerdo."»

El éxito inminente no cambió los sentimientos de Damon y Affleck por Lawrence Bender, el productor. Según Affleck, Bender les dijo a él y a Damon: «Quentin y yo practicamos el "poder por poder".»

«¿De qué coño está hablando Lawrence? ¿Poder por poder?», le preguntó Matt a Ben o Ben a Matt.

Bender les dijo: «Sí, en la prensa decimos cosas buenas uno del otro.»

«Vamos, tronco, eso lo hacéis Quentin y tú, vale. ¡Pero no creo

que quieras despedir a Quentin! ¡Te conviene andarte con cuidado! ¡Quentin no va a despedirte!»

En Los Ángeles, *El indomable Will Hunting* se estrenó en Westwood, en el cine Bruin. «En la marquesina pusieron *El indomable Will Hunting* y mi nombre y el de Ben, iluminados, y reflectores encima de una caravana», recuerda Damon. «Ben y yo nos abrazamos; estábamos tremendamente entusiasmados. Fue una experiencia abrumadora, y nada saludable, para ser sincero. Lo primero que ocurre es que aparece alguien que te planta una cámara delante y te pregunta cómo te sientes. Es imposible decir: "Te lo diré en cuanto dejes de enfocarme con tu puta cámara para que pueda ir a pasar un rato con mi familia." No me di cuenta de que todo eso iba a terminar en un segundo, que da igual quién eres si no tienes en las salas una película que recauda mucho dinero. Lo más probable es que la gente piense que eres un ex compañero del instituto. Recuerdo que decidí no volver a actuar en cine, que sólo haría teatro; eso no era vida.»

Cuando todo pasó, *El indomable Will Hunting* terminó recaudando ciento treinta y ocho millones de dólares en los Estados Unidos y doscientos veintiséis millones a escala mundial, sin contar los ingresos por televisión, cable y vídeo. Con su modesto presupuesto de veinte millones, fue una película increíblemente rentable para Miramax; en realidad, una de las más rentables hasta la fecha. Robin Williams obtuvo una buena tajada del primer reparto de beneficios, que comenzaba con el diez por ciento y subía al veinticinco por ciento una vez superados los cien millones de taquilla. Van Sant, que sólo cobró sus honorarios de director, obtuvo aproximadamente el 2,5 por ciento del ingreso bruto ajustado, que aumentó luego al 7,5 por ciento. «Si tuviera que adivinar, diría que quedaron debiéndome un par de millones», dice Van Sant. Replica Harvey: «Van Sant cobró todo lo que le correspondía por contrato.»

Si Van Sant no vio ni un dólar de su parte de la recaudación bruta ajustada, era imposible que Damon y Affleck, que sólo tenían puntos, cobraran nada. No obstante, Affleck estaba indignado. Dice: «Para entonces la película ya había recaudado muchísimo dinero, pero nosotros recibimos una liquidación que decía que estaba en

números rojos, que iba perdiendo cincuenta millones. ¡Qué putada! Había que ser un maestro de la contabilidad para ocultar los beneficios netos de esa película.» Con los honorarios de actor sumados a los de guionista, Damon había cobrado en total de seiscientos cincuenta mil dólares; Affleck, un poco menos. *El indomable Will Hunting* fue un filme concebido, coescrito y protagonizado por Damon. Mientras trabajaba en *Rounders*, antes del estreno de *El indomable*, Weinstein llamó a Damon y Affleck y les pidió verlos en el apartamento que Damon tenía alquilado en Spring Street, en el Lower Manhattan. Harvey dijo: «Muy bien, chicos. ¿Habéis visto alguna vez un millón de dólares?»

«No.» Y pensaron: Oh, mierda, va a darnos un millón de dólares a cada uno.

«Aquí tenéis. ¡Feliz cheque!»

Pero les dio medio millón a cada uno. Obviamente, Harvey pensaba: Esto va a causarles una gran impresión, nunca han visto tanta pasta. Y, en efecto, se quedaron impresionados. Aunque decepcionados, no puede decirse que no se alegrasen, sobre todo porque ninguno de los dos iba sobrado de dinero.

Cuesta mucho dinero hacer una auditoría, y pocos eran los capaces o los dispuestos a hacerlo solos. Dice Van Sant: «Ni a Matt ni a Ben les interesaba una auditoría. Vivían en el campamento de Miramax, por eso todo lo que hacían con ellos quedaba en familia, por decirlo de alguna manera.» Repone Affleck: «Gus está lleno de mierda; decía que quería hacerles una auditoría. Y nosotros: "Gus, hombre, no sé qué decirte. Nunca se saca nada, nadie cobra un porcentaje. La última película que los dio fue *Tres hombres y un bebé*." Daba la impresión de que íbamos a pagar esa auditoría para no conseguir nada. Además, Gus ya había ganado una tonelada de dinero con la película e iba a cobrar cinco millones por dirigir *Psycho.*»

Visto lo que los Weinstein ganaron gracias a Damon y Affleck, Harvey muy bien podía haberles dado sendos talones de un millón a cada uno, y, ya puestos, hasta de dos millones. No por eso habrían mermado mucho sus ganancias. Quinientos mil dólares eran calderilla, pero Damon no lo ve así: «Para dos chicos de Boston era

muchísimo. Cuando se trabaja en una película tan importante, el sueldo aumenta. Aunque no me hubiera dado esa bonificación, no me habría sentido timado. Si no hubiera vuelto a trabajar después de *El indomable Will Hunting,* puede que ahora pensara: ¡Dios! Si he inventado algo en el garaje de mi casa y una gran empresa lo ha patentado; han vendido mi invento y han hecho un montón de dinero. Pero mi carrera no se terminó ahí; sigo beneficiándome de esa experiencia.»

Después Damon cobró ochocientos mil dólares por *Rounders*, una suma impuesta por su contrato de un millón de dólares con Miramax para *El talento de Mr. Ripley*, y la maravillosa suma de 5,5 millones por *Todos los caballos bellos*. Por lo general, los actores que consiguen un gran éxito doblan o triplican su precio de salida y no demuestran lealtad particular alguna al ejecutivo o a la empresa que le dio el espaldarazo. Sin embargo, por su personalidad y su uso agresivo de las opciones, Weinstein incorporó a Damon y a Affleck en la «familia» Miramax (solía llamarlos «mis hermanos menores»), de la que ya formaban parte Quentin Tarantino, Gwyneth Paltrow, Wes Craven y Kevin Smith; así estuvo en condiciones de controlar sus respectivas carreras –al menos al principio– y de impedir que el caché del dúo se disparase. Cuenta Damon: «Me llamaba y me decía: "Vas a hacer la película, ¿qué más quieres? Considera que ése es tu salario." Harvey es consciente de que se relaciona con gente que [aceptará]. Además, se puede hacer un trato con Harvey; los negocios siempre te compensarán.»

Era la misma historia de siempre: cobrarían cuando hicieran la siguiente película. En palabras de Van Sant: «Esos chicos pasaron de estar en ninguna parte a estar en todas. Yo pasé de un lugar al siguiente. Miramax trabajaba duro; sin el espaldarazo de ellos, no creo que me hubiesen nominado al Oscar. Si la película podía haber conseguido alguna nominación –podría haber conseguido tres–, fueron ellos los que hicieron todo lo necesario para que consiguiera nueve. Miramax es capaz de eso y lo sabe, pero quieren algo a cambio. Lo que consiguen es no pagarte más dinero. Es obvio que eso les permite sentirse bien. Pero esto es un negocio, y cuando piensas en esto en esos términos, ves que lo que hacen no es muy

católico. Para mí era mucho más sencillo hacer otra película que intentar que Miramax me pagase lo que me correspondía.» La mayor parte de los que se han encontrado en la situación de Van Sant, como Billy Bob Thornton y Larry Meistrich, piensan lo mismo, y los hermanos lo saben. Con todo, cuando Harvey le ofreció a Van Sant un contrato por tres películas, el director lo rechazó: «Quiero más independencia», dice. «Sentía que iba a hipotecarme tres años y que sólo me quedaría la sensación de haber perdido el tiempo. Sí, habría hecho un poco de dinero y algunas películas, pero es posible que no precisamente las que yo quería hacer. No quería ser Lasse Hallström.»

Añade Affleck: «El intercambio es: ellos gastarán dinero promoviendo la película, y también en la campaña de los premios de la Academia –todos los años tienen una película nominada–; tienen fama de hacer mejores películas que los demás. Pero hacer un trato con ellos es una pesadilla. Es más difícil hacer un trato con ellos que con cualquier otro. Si tu película fracasa, no puedes hacer ningún trato porque te dicen: "Joder, tío, eres un fracaso." Si triunfas, no quieren soltarte, te arrancan las uñas y los dientes. Miramax no es un lugar en el que te gustaría trabajar si fueras rico. Es una compensación. ¿Y sabes una cosa? No estás obligado a trabajar con ellos. Es como esa escena de *Hollywood Shuffle*: ¡siempre hay trabajo en correos! O sea que..., sí, sentías que te estaban jodiendo, pero cuando llegó la hora de la verdad, para nosotros funcionó de maravilla.»

Así y todo, la experiencia les dejó mal sabor de boca. Affleck y Damon habían aceptado trabajar en *Dogma*, la película de su amiguete Kevin Smith, pero cuando Weinstein insistió en que los actores cobrasen el salario mínimo, se negaron. Recuerda Affleck: «Lo que me cabreó de *Dogma* fue que pensaba: Aquí es donde se supone que vamos a conseguir un mejor contrato, ésta es *la siguiente película*. Pero nos dimos cuenta de que Harvey sabía que creíamos que teníamos una deuda con Kevin, y no me gustó que utilizara nuestra amistad con él para que aceptáramos sin tener que negociar con nosotros, colocándonos en una posición en la que él estaba en condiciones de decir: "Estos chicos están poniéndose

difíciles. No quieren trabajar en tu película, Kevin", y obligarlo así a llamarnos. En primer lugar, ya nos tenía fichados, y si tienen alguna palanca, la usan. Y si no tienen que pagar, no pagan. Yo estaba acostumbrado a eso y supuse que, si quería dinero, tendría que pelear por él como gato panza arriba. Por eso lo llamé y le dije: «Esto es una memez, tío. Mira todo lo que hemos hecho, hemos vendido el culo por los Oscar. ¿No te parece demencial? Habéis hecho pasta gansa con *El indomable Will Hunting* y nosotros no vamos a ver un centavo; por eso no queremos tener nada que ver con *Dogma*, no vamos a promocionarla, ¡no vamos a volver a trabajar contigo a menos que nos pagues un millón a cada uno! ¡Y en efectivo!»

Según Affleck, Harvey se subió a un avión y se presentó en Los Ángeles con un enorme bolso *Jackie Brown* lleno de dinero del Monopoly. Como si les dijera: «Aquí tenéis vuestros dos millones, ¡cabrones, urracas!» Affleck pensaba que eran dólares de verdad hasta que Weinstein le tiró la bolsa a la cara gritándole: «No pienso daros ni un sólo dólar en efectivo, so mamones.» Blandiendo cheques, dijo: «¡Aquí hay dos millones de dólares! ¿Estáis contentos ahora? No digáis luego que nunca hice nada por vosotros.» Añade el actor: «Por supuesto que estábamos contentos. Estábamos muy contentos. Creo que tendríamos que haberle pedido cuatro. Quién sabe, a lo mejor cargó ese dinero al presupuesto de la película de un pobre idiota.»

Reflexiona Smith: «Ben es mucho más espabilado que Matt para los negocios. A Matty le va más el rollo del arte, la interpretación, es un verdadero actor. Ben es más estrella de cine y piensa como una estrella de cine; no cabe duda de que piensa en el dinero que va a cobrar. Si coges a Matty en un buen día, te dice: "Yo también odio a Miramax." Cuando coges a alguien en un mal día, todos echan pestes de Harvey. Porque mierda hay, no es que se inventen nada. Sin embargo, nunca he conocido a nadie que genere esa clase de lealtad. La relación que se tiene con los Weinstein es un asunto de amor-odio, en serio. Por eso, hasta el día de hoy Ben está resentido porque no les pagaron más por *El indomable Will Hunting*, por verse obligado a tomar *Dogma* como rehén. Le amarga recordar que tuvo

que rebajarse a un nivel que, para él, es el nivel de los Weinstein. Tuvo que amenazarlos.»

Una semana después de que Miramax estrenase *El indomable Will Hunting*, Dimension estrenó, el viernes 12 de diciembre, *Scream 2.* El lunes siguiente la empresa informó de que ese fin de semana la película había recaudado 39,2 millones de dólares, ocupando así el primer puesto y batiendo el récord del más impresionante estreno lanzado fuera de la temporada de verano, a saber: *Ace Ventura: Operación África*, que en noviembre de 1985 se había embolsado 37,8 millones en un fin de semana. El número de espectadores y los récords de taquilla se habían convertido en herramientas de márketing porque, como dice Spike Lee: «La gente va a ver las películas según el dinero que están recaudando. Coges los periódicos del lunes y te dan las diez más taquilleras, y no sólo *Variety*; también el *New York Times,* el *Post,* el *Daily News.»* Eran datos tan importantes, que la tentación de amañar las cifras se hacía casi irresistible, al menos para Miramax, a la que pillaron inflando las recaudaciones. El 19 de diciembre se retractaron, revisando la recaudación a la baja –33 millones–; adujeron haber contado cuatrocientas cuarenta y nueve salas más de las que realmente proyectaban la película, y que se trataba, por tanto, de un error honrado. «No conozco a nadie que pierda cuatrocientas cincuenta salas y diga que ha recaudado seis millones más», dijo Barry Reardon, jefe de distribución de Warner. Según Joe Roth, ex presidente de Disney Studios: «Después Dick Cook les dijo que pensábamos que exageraban las cifras.» *Variety* informó de que «en los círculos de las distribuidoras-exhibidoras se sabía perfectamente que Miramax había inflado tanto el número de salas como las recaudaciones de *Scream*... Probablemente los obligaron por ley a desmentirse, pues son parte del Walt Disney Empire, una empresa operada públicamente.»

El día de Navidad, Miramax estrenó *Jackie Brown*, la lectura que hace Tarantino de *Cóctel explosivo (Rum Punch)*, la novela de suspense de Elmore Leonard. El director convirtió la novela en un homenaje a las *blaxploitations*[*] de los años setenta, las películas con

las que había crecido. Los dos papeles principales fueron para Pam Grier, infaltable en esas películas –ya tenía casi cincuenta– y Robert Forster, más conocido por el papel del fotógrafo en *Medium Cool,* de Haskell Wexler, estrenada en 1969. Grier y Forster contaron con una gran ayuda, como la participación de Sam Jackson, Robert De Niro y Bridget Fonda; no obstante, no puede negarse que hacer depender una película de dos actores muy por debajo de la Lista A, que habían tenido ya sus días de gloria, era tener verdaderas agallas, especialmente después de *Pulp Fiction*.

Jackie Brown fue un largo parto, una criatura que vio la luz cuatro años después del rodaje de *Pulp*. Aunque Tarantino parece no saber qué significa dudar de uno mismo, sus amigos llegaron a pensar que esta irritante pregunta había llegado a paralizarlo: ¿Cuál será la siguiente? Como dice uno de ellos: «Quentin había hecho la película que lanzó mil películas. Era Welles después de *Ciudadano Kane.»* Las distracciones tropezaban con él por todas partes. Tarantino siempre había querido ser actor, y de repente tenía papeles a porrillo para elegir: el de Richie, sin ir más lejos, el psicópata de *Abierto hasta el amanecer*. El director se mudó de su cutre apartamento de Crescent Heights a una casa espléndida en Hollywood Hills, cerca de los estudios Universal, una casa a la que algunos de sus amigos llamaban con sorna «el Castillo». El lugar estaba a rebosar de objetos de películas del director: carteles, juguetes, maquetas de sus personajes. Como las casas de muchas estrellas de cine, «el Castillo» se convirtió en un altar a él mismo o, al menos, a su obra. Recuerda Robert Rodriguez: «Quentin se pasó casi todo el año diseñando ese teatro. Decía: "Todos mis amigos han hecho una película este año; yo he hecho un teatro."»

Tarantino también comenzó a viajar regularmente a Austin, Texas, la ciudad natal de Rodriguez, donde se pasaba días deambulando con el director y sus amigos, los también directores Rick Linklater y Mike Judge. Paseando por la ciudad como un Elmer Gantry* de nuestros días –pero de la Iglesia de los Locos por el Cine–, alquiló una habitación en el Omni registrándose con el nombre de un actor de películas de clase B. Austin tenía un efervescente mundillo de

cine y de música, y Tarantino no tardó en hacer su aportación, las «Fiestas QT», más o menos anuales, en las que presentaba y proyectaba películas de su colección, desconocidas obras de actores y directores aún más desconocidos, como Arthur Marx (hijo de Groucho) y Cy Endfield *(Zulu)*. También resucitó a William Witney, que había dirigido muchas de las películas de Roy Rogers y Dale Evans, y le entró una pasión por esta pareja y por Trigger, el caballo, del que podía pasarse horas hablando –qué caballo tan estupendo era Trigger; qué presencia más formidable; cómo chupa cámara–, e incluso por Trigger, Jr., que aparece en *The Golden Stallion*, una de sus favoritas. Si hasta quería ponerle Trigger a su primer hijo. Hubo quien lo oyó decir cosas como: «Trigger es el Uma Thurman de los caballos.» O: «¡Uma Thurman y Trigger tienen el mismo perfil!» Para él, era un cumplido para ambos.

«Yo me iba a su hotel a hablar de cine», recuerda Louis Black, editor del *Austin Chronicle* y cinéfilo convicto y confeso. «Rick, yo, Harry Knowles, Quentin y algunos más... Todos éramos más o menos iguales, no tratábamos con el Tarantino superestrella. Pero, si estábamos en algún lugar público y de pronto aparecía un grupo de tías buenas, entonces sí se montaba el *Show* de Quentin Tarantino y nosotros ya podíamos retirarnos. Se encendían los reflectores, llegaba la banda y Quentin interpretaba su papel.»

En Austin, Tarantino tenía una amiga llamada Dulce Durante. Ella ahora se ríe de la idea de que el director tuvo una sobredosis de fama. «Le encantaba», dice Durante. «Para él era una motivación volver a Austin. Aquí es una gran estrella, no podía salir a la calle sin que lo parasen. Se metió a la ciudad en el bolsillo.» Recuerda Durante que una vez Tarantino le dijo: «"Si te llevo de compras, puedes ayudarme a elegir algunas cosas porque no tengo ni puñetera idea de lo que se lleva. Te compraré un par de zapatos." Es un gran fetichista de los pies. Siempre estaba tratando de quitarme los zapatos, quería chuparme los dedos de los pies.» Recordemos el famoso debate sobre el masaje podal entre Jules y Vincent en *Pulp Fiction*, o la escena en la caravana de *Abierto hasta el amanecer*, cuando la cámara acaricia un buen rato los pies de Juliette Lewis, y el festín de los dedos de los pies de Uma Thurman en *Kill Bill.*

Prosigue Durante: «Y sí, me compró un par de zapatos muy bonitos en una tienda llamada Fetish, lo cual no deja de ser interesante.»

Tarantino era un fumador empedernido de marihuana. Algunos amigos hacían bromas como: «Llamé a Quentin y me dijo: "Sí, estoy trabajando en un nuevo guión", mientras lo oía dar caladas al porro.» Después de un año de interpretar papeles secundarios aquí y allá, de no hacer nada, de visitar Austin y de arreglar su nueva casa, los amigos comenzaron a sospechar que, como dijo otro amigo de Austin: «Hará prácticamente cualquier cosa con tal de no tener que hacer otra película; lo ponía muy nervioso la idea de hacer una mera continuación de *Pulp.*»

En parte al menos como reacción a la avalancha de atención a la que se vio sometido, y a las incesantes exigencias y peticiones, Tarantino atravesó épocas de aislamiento. Se enclaustró en su nueva casa a pasarse las noches despierto viendo películas y fumando hierba. «No era Martin Scorsese viendo las películas de Michael Powell, aunque ésa es una razón para entusiasmarse por esta actividad», dice un conocido que veía al director de vez en cuando. «Ni siquiera estoy hablando de algo que pueda tildarse de *kitsch* o de porquería, como una película AIP.* Eran telefilmes espantosos, planos, unidimensionales, y así y todo él no apartaba la vista de la pantalla. Al cabo de un tiempo, me di cuenta de que le podías poner cualquier cosa, que podías poner el televisor patas arriba o desenfocar la imagen; daba igual, él seguía jugando como un bebé con un chupete, un niñito solitario aislado en su habitación, donde se encontraba a salvo. Era una imagen triste y hermosa al mismo tiempo.»

Tarantino eludía los compromisos y volvía locos a los que dependían de él para tal o cual cosa. «Demasiado imprevisible», dice el ex agente Rick Hess. «Desaparecía tres semanas, por ejemplo, y nadie sabía a ciencia cierta dónde estaba.» En palabras de un amigo: «Es un tío fenomenal, de veras. Nunca le he visto una actitud mezquina o vengativa. Pero es Quentin, y hace lo que le viene en gana.» O, como dice Jennifer Beals: «Quentin no es James Stewart. Su lado oscuro está decididamente ahí y él sólo deja que aflore

cuando lo necesita, como una bestia que necesita alimentarse de vez en cuando y luego vuelve a su guarida. Eso hace que sus películas sean geniales. Ahí es donde está el genio.»

Muy de vez en cuando, la bestia se escapaba de la jaula. Dos meses antes del estreno de *Jackie Brown,* Tarantino se encontró casualmente con el productor Don Murphy *(La liga de los hombres extraordinarios)*, con el que tenía una historia enmarañada y turbulenta que se remontaba a unos diez años antes. Dice Tarantino: «Antes de ser famoso, no tenía yo a gente como Don Murphy, que comenzó su carrera siendo mi archienemigo. Siempre se burlaba de mí en la prensa. Era algo demencial, casi se podía calificar de acoso. A mí no se me hacen esas cosas. No juego según las reglas del marqués de Queensbury** que pueda fijar Hollywood. Llegué a pensar en ir a su casa a darle una paliza, pero también pensé: ¿Sabes qué? Hollywood es un pueblo. No necesito ir a golpear a su puerta y meterme en líos... Cualquier día entraré en algún lugar y me lo encontraré. Y ése será el día del ajuste de cuentas.»

La tercera semana de octubre, Tarantino entró en Ago, un restaurante italiano de moda en Melrose, West Hollywood, donde había quedado para almorzar con Harvey. Murphy estaba sentado en un sofá cerca de la entrada, esperando una mesa. Según cuenta Tarantino: «Me fui derechito a él. Murphy se puso de pie y dijo: "Hola, Quentin."

»"A mí no me digas hola, mamón." (Dice Tarantino: "Cuando me pongo violento, me transformo en un macho negro.") "¿Qué significa esa mierda que vas diciendo de mí?"

»"Creo que lo sabes."

»"No, no lo sé. Pero ya que se lo cuentas a todo el planeta, cuéntamelo a mí ahora que te tengo delante."»

Recuerda el director: «Habló sólo un segundo; después lo tiré al suelo de un empujón. Con una mano lo agarré por el pelo y con la otra empecé a pegarle. Le asesté tres bofetadas. A la tercera, la gente vino a separarnos.» Tarantino le dio con tal fuerza, que el reloj de pulsera le salió volando. Cuando apareció la policía, lo metieron en el coche del sheriff; desde el asiento trasero le tiró unos besos a

Murphy. Lo habrían metido en el calabozo si no hubiera intervenido Harvey, que lo convenció para que se disculpara (y a Murphy para que no lo denunciara). Unos días después, Tarantino reprodujo el incidente como episodio de una comedia en *The Keenen Ivory Wayans Show,* diciéndole a Wayans, el presentador: «Un par de bofetadas no le hacen daño a nadie.» Murphy demandó a Tarantino por cinco millones; el caso se resolvió extrajudicialmente. Tarantino se lo pasó bomba con todo el jaleo: la pelea, la prensa, la aparición en televisión.

Una vez terminada, *Jackie Brown* duraba dos horas y cuarenta minutos. Para Harvey, sobraban, como mínimo, treinta minutos. Sin embargo, para Tarantino estaba bien como estaba; casi llegaron a las manos en el vestíbulo de unos multicines de Seattle tras una proyección de prueba organizada una noche de lluvia. El director salió eufórico de la sala, diciendo: «¡Hurra! ¡Les ha encantado!» Harvey, que ya había hecho su encuesta particular, dijo: «¡Eso te crees tú, pero no es lo que piensa el público!»

«¡Vete a la mierda!»

«¡Tienes que cortar!»

«No; para mí está bien así.»

«¡Entonces vete a la mierda!»

«¡Vete tú a la mierda!»

«De acuerdo, muy bien, vete a trabajar para New Line. Yo ya no necesito estas mierdas, soy demasiado rico.»

Harvey aullaba: «Prueba esto, prueba aquello», mientras Tarantino se limitaba a repetir: «No, no, no, no.» Recuerda el director: «Es probable que empezara yo, que perdiera los estribos. Pero él tardó un nanosegundo, se lanzó en cuanto yo empecé. Conmigo o con Harvey, la cosa siempre amenaza con llegar a la agresión física. Cuando la cosa empezó a ponerse fea, llegó Bob, y también intervino Lawrence [Bender].» Bob pensaba que no valía la pena: Aunque *Jackie Brown* no sea precisamente buena, no vamos a perder dinero. No le amarguemos la vida, mantengámoslo en la familia. Bob Weinstein le pidió a Tarantino que se sentara y le dijo: «Muy Bien, Quentin, esto es lo que haremos. Tú la dejas en dos horas y nosotros sacamos setenta millones. Si la estrenas con dos

horas cuarenta, se va a resentir la recaudación. ¿Te parece bien, Quentin? ¿Vas a echarnos la culpa si no recaudamos setenta millones?»

«No.»

«¿Aceptas el trato?»

«Sí.»

En efecto, el director hizo un trabajo brillante. *Jackie Brown* contiene parte de su mejor trabajo como guionista, y dos escenas que podrían entrar en la lista de las mejores de todos los tiempos: una en la que Melanie, la chica del valle interpretada por Fonda, sigue a Louis (De Niro) por un aparcamiento, dándole la lata por haber perdido el coche, hasta que él, en un ataque de despecho propio de un matón, se da vuelta y la mata de un tiro. En la otra, Ordell (Jackson), en un deslumbrante despliegue de claqué verbal, convence a un renuente Beaumont (Chris Tucker) para que se meta en el maletero del coche, tras lo cual lo acribilla a balazos. Y todo ello sin contar la brillante secuencia inicial en la que Ordell y Louis, sentados en un sofá, miran en vídeo una de tiros y mamporros mientras la lánguida Melanie se hace la manicura fumando un porro. (Sobra decir que la cámara se demora en los dedos de los pies de Melanie.) En resumen, el filme es un trabajo más maduro que *Reservoir Dogs* y *Pulp Fiction*. Gracias a las interpretaciones de Grier y Forster, también es más suave, pero Tarantino ahonda más en estos dos personajes y confiere a la relación entre ambos una resonancia tanto más conmovedora en cuanto que inesperada.

Al igual que en *Pulp Fiction*, la ofensiva palabra *nigger* («negro») se utilizó deliberadamente, con mayor frecuencia en boca de Jackson. El espectáculo de actores negros llamándose entre ellos «negros» y a las órdenes de un director blanco era demasiado para Spike Lee. De hecho, Lee llevaba internamente la cuenta de las veces que se pronunciaba ese término tan racista. «No digo que no se pueda usar esa palabra; fue el exceso lo que me molestó», dice Lee. «Y en esa escena entre Sam Jackson y Chris Tucker la dicen unas dieciocho veces. Todo el tiempo: "negro, negro, negro".» Lee había trabajado con Tarantino, y con buenos resultados, en la primera escena de *Girl 6* (1996), en la que Tarantino interpretó a un

rechoncho director que acosa a una actriz para que enseñe los pechos en un cásting. «Quentin fue muy amable al interpretar ese papel; sabía que básicamente se interpretaba a sí mismo», dice Lee, que, de la noche a la mañana, le llamó la atención, atacándolo en la prensa, llamándolo «ignorante» y acusándolo de querer ser un «negro honorario». Jackson salió en defensa de Tarantino, a lo cual Lee respondió: «Lo siento; si quiere defender a Quentin Tarantino, que lo haga. Pero para mí se parece mucho al Negro de la casa defendiendo a la Massa.» Tampoco el copresidente de Miramax pudo evitar meter cuchara y lanzó esta pregunta retórica: «¿Acaso [Lee] tiene algo bueno que decir acerca de una película que no sea suya? Me estoy hartando... Si Lee quiere vérselas conmigo, aquí lo espero.» Según Lee, lo único que a Harvey le preocupaba era la recaudación. Dijo Weinstein: «Spike, tienes que dejar de hablar de *Jackie Brown*. Me haces daño.»

Tres años más tarde, en *Bamboozled*, su brillante sátira de los medios de comunicación –brillante al menos en sus dos terceras partes–, Lee revisitó este asunto incluyendo a un fatuo ejecutivo blanco de una cadena de televisión, interpretado con brío por Michael Rapaport y claramente inspirado en Tarantino; el personaje se siente más negro que el propio escritor negro (Damon Wayans) que trabaja para él. El ejecutivo le dice al director: «He crecido y he vivido toda la vida rodeado de gente negra. A decir verdad, es probable que conozca a los negros mejor que tú. Y no te ofendas si pongo la palabra negro entre comillas. Me importa un carajo lo que diga ese gilipollas de Spike Lee. Tarantino tenía razón. "Negro" es sólo una palabra.»

Según Lee: «Eso me lo dijo Quentin Tarantino, en serio; no me lo inventé. Fue en el Angelika Theater, mientras esperaba con mi esposa para ver *El proyecto de la bruja de Blair*. Tarantino se me acercó, se me plantificó delante como si fuese a darme una patada en los huevos. Es un tipo duro.» Recuerda Tarantino: «Me tendió la mano y le dije: "No pienso darte la mano, cabrón."» Prosigue Lee: «Me dijo que conoce a los negros mejor que yo: "Crecí viendo películas comerciales de negros. Siempre viví entre negros, mi madre tenía un novio negro..." No pude evitar reírme. Luego intentó

escabullirse, pero antes dijo: "Bueno, yo no escribí eso, fue improvisado. Ya puedes achacarle toda esa mierda a otro, porque el director decide lo que entra y lo que sale. Es el director. Y ese tipo es un buen director. Encontró un filón que terminó convirtiéndose en otra cosa. Demasiado "negro, negro, negro."»

Desde el punto de vista de Tarantino: «Se parecía mucho a la bronca con Don Murphy, y Spike se lo estaba ganando a pulso, salía muchísimo en la prensa. Para mí se trataba de eso y no de otra cosa. Yo discrepaba; si de veras tenía un problema, tendría que haberme llamado antes de ir a contárselo a la prensa. Creo que manejó el asunto como un verdadero pelele. Uno de estos días entraré en alguna parte y me lo encontraré. Y ése será el día del ajuste de cuentas.»

Tarantino siguió defendiéndose: «Más o menos todo lo que hice en esa película trata de la división entre blancos y negros en este país, y de cómo esa división es una auténtica farsa... Los negros pobres de Chicago tienen más cosas en común con los paletos pobres de los Apalaches de Tennessee que con los negros prósperos que viven en Pasadena, California. Están en el mismo lugar.» Casi impresiona oír a Tarantino atribuirle a su obra un análisis de clase tras haber creado una industria artesanal acosando y escandalizando, la mayor parte de su carrera, a los liberales, pero no es sólo una pose. En realidad, Tarantino presenta un mundo en el que la clase social vence sobre la raza, y también tiene un mensaje sobre la estratificación clasista oculta en *Clerks* o una mirada inquietante a la política familiar cincelada en cada escena de *Spanking the Monkey*.

En todo caso, enarbolar el estandarte de la corrección política delante del huracán Tarantino era como escupir en el viento. *Jackie Brown*, que costó doce millones, recaudó sesenta en los Estados Unidos, y otros tantos en el extranjero. Sin embargo, Bob estaba en lo cierto, y la película se consideró un fracaso porque en las taquillas la eclipsaron *El indomable Will Hunting* y *Scream 2*.

Darren Aronofsky era un chico de Harvard que había invertido su tiempo en la escuela de cine del American Film Institute antes de entrar en barrena. En enero de 1996 había ido a Sundance a brindarle su apoyo moral a un amiguete que presentaba una película a concurso. Allí vio *Bienvenidos a la casa de muñecas*. Dice Aronofsky: «Me pareció una película única, extraña, hasta tal punto que realmente me dio el valor que necesitaba para volver a Nueva York a intentar preparar algo.» Y la película que improvisó se llamó *Pi*. El director calculó que podía recaudar veinte mil dólares, y lo hizo: pidió a todos sus conocidos que invirtieran cien dólares. (Al final, necesitó sesenta mil para meter *Pi* en la lata, y ciento veinte mil para dejarla a punto para el estreno en salas.) En noviembre de ese año ya había empezado a rodar. «Nuestros objetivos eran muy modestos», prosigue. «Era una película en blanco y negro, muy tensa, por eso pensamos que podríamos tener una oportunidad en un pase a medianoche, en Sundance. El día en que se iban a anunciar las decisiones, estaba yo demasiado nervioso y me fui a Brooklyn, a casa de mis padres. Si no me aceptaban, lo único que quería era llorar en brazos de mis padres. Iban pasando las horas. Me enteré de que la mayoría recibía la noticia por la mañana, pero ya eran las cinco, las seis de la tarde, las siete, y pensé que todo se había acabado. De pronto sonó el teléfono. Era alguien de Salt Lake City:

»"¿Puedes pasarnos esa información por fax?"

»"¿A qué se refiere?"

»"Oh, Dios. ¿No te ha llamado nadie para comunicártelo?"

»"No."

»"Oh, entonces eres el primero."

»"No le entiendo."

»"Eres la primera persona a la que puedo decirle que Sundance ha aceptado *Pi."*

»Yo estaba convencido de que era una broma, que era alguno de mis amigos. Y pregunté: "¿Cuál es el prefijo de su zona?"

»"Ocho-cero-uno."

»Lo comprobé en la guía y me puse a gritar. Fue uno de los mejores momentos de mi vida.»

Pi era un psicothriller filmado en blanco y negro de alto contraste. ¡Hablad después de cine pobre! Pero tenía clase, era un eco distante del expresionismo alemán de entreguerras (Fritz Lang): por momentos parecía una versión *indie* de *El gabinete del Dr. Caligari*. Inquietante, desagradable, hostil con el público, en fin, una película casi imposible de comercializar pero indiscutiblemente original, un estupendo escaparate para un director con auténtico talento visual.

Aronofsky se negó a proyectarla a los distribuidores antes del festival. Contrató a un publicista y a un representante, un abogado llamado Jeremy Barber. El director analizaba Sundance del mismo modo en que el «héroe» de *Pi* intenta calar el mercado bursátil: fue alguien de la banda de *Pi* el que preparó el folleto llamado «Cómo comportarse en Sundance». Se reunieron antes del festival para una sesión de *brainstorming* respecto de la venta de la película. Una estrategia era aplicar el verbo «pi» a Sundance, es decir, colocar pegatinas con una letra pi roja sobre fondo blanco por toda Park City.

La película de Aronofsky se proyectó primero en una sala del centro vacacional de Sundance, a unos cuarenta minutos de Park City. «Fue una proyección para el gremio», recuerda el director. «La pusieron después de *Próxima parada Wonderland*, un filme muy esperado que Harvey fue a ver; lo vi en los lavabos después del pase. Una leyenda viva. Lo importante era que Harvey comprase la película. En un momento me di cuenta de que no sabía abrir el grifo, pero me daba mucho miedo decirle algo, invitarlo a la proyección de mi película. Sabía que en 1998 Harvey ya no estaba en ese negocio, el de películas como *Clerks*, comprar una peli rara y difícil y después venderla. Se negó incluso a recabar información sobre nuestra película. Después de la proyección de *Pi*, se oyó un apagado aplauso, por decir algo, y subí al escenario para responder a las preguntas del público. Pero nadie me preguntó nada. Salí destrozado. A Bingham Ray le pareció horrorosa, se fue de la sala.» Al final la compraron Amir Malin y otros, de Artisan, y la trataron muy bien; Artisan se convirtió en una casa para el director. «Amir me trataba como a un hijo», dice Aronofsky. «Fue un mentor para mí.»

Sin duda alguna, la edición de Sundance de 1998 fue muy

superior a la del año anterior. Entre las películas proyectadas estuvieron *High Art*, de Lisa Cholodenko –comprada por October–, y la maravillosa *Lo opuesto al sexo*, de Don Roos, comprada por Sony Classics. Miramax pagó la friolera de seis millones de dólares por *Próxima parada Wonderland*, una comedia romántica no demasiado graciosa dirigida por Brad Anderson.

En febrero de 1998, Weinstein tuvo oportunidad de visionar un montaje provisional de *54* que duraba dos horas. La película se había terminado de rodar en Toronto en otoño del año anterior. Durante el rodaje, Mark Christopher y compañía estuvieron más o menos solos. En palabras de Paul Webster: «[en Miramax] cuando filmas, te dejan completamente solo, que hagas la película. La influencia de la compañía se siente con fuerza durante el cásting y la posproducción.» Harvey volaba a Toronto de vez en cuando a saludar a las estrellas. Mientras visitaba el plató, se quejaba de los camareros de la barra de Studio 54 y preguntaba: «¿No podéis poner unas chicas detrás de la barra? ¿Por qué se quitan las camisas esos tíos?» Pero también se cuenta que quiso que Salma Hayek se quitara la blusa en una escena en la que ella y Shane hacen el amor en el baño de la discoteca. La actriz se negó.

Cuando se encendieron las luces, el copresidente de Miramax felicitó a los directores por la calidad de la obra y les pintó un cuadro color de rosa sembrado de futuros éxitos, especialmente dado que Ryan Phillippe ya no era un desconocido. Mientras *54* estaba en la sala de montaje, *Sé lo que hicisteis el último verano*, sobre unos adolescentes acosados por una culpa escondida, escrita por Kevin Williamson, había recaudado unos bonitos setenta y dos millones en los Estados Unidos, para Columbia. De repente, Phillippe, junto con Mike Myers y Neve Campbell, pasaron a formar un reparto «caliente».

Harvey olió el dinero. En lugar de la ópera prima de un director gay, *54* sería el exitazo de verano. Dice Ira Deutchman: «Harvey pensaba que *54* sería una película para adolescentes capaz de llegar a un amplio público juvenil para el cual no había sido concebida.» A principios de 1998, Weinstein organizó una proyección de prueba en un centro comercial de Long Island. Puesto que la película no estaba

concebida para los forofos de los centros comerciales de los barrios residenciales, los cineastas se enfadaron y, de hecho, las fichas con las calificaciones fueron un desastre, especialmente para Shane, que al público le pareció un antipático. Dice una fuente: «Cuando una película no pasa bien la prueba en un centro comercial, nadie piensa: Es que la hemos proyectado ante un público que no es el suyo. Lo que se piensa es: No hemos hecho la película que había que hacer.»

La pandilla de *54* quedó hecha polvo. Harvey le dijo a Christopher que le quitara al protagonista todo indicio de bisexualidad. Recuerda Webster: «De repente, y como por milagro, todo el mundo se volvió hetero.» Era obvio que Weinstein quería reajustar la película a posteriori para un público de adolescentes heterosexuales de los barrios residenciales. Para Jack Lechner, jefe de desarrollo de Miramax, la homosexualidad no era el problema. «Lo que se discutió fue cómo conseguir que alguien se interesase por esos personajes. Fue especialmente desacertado que la escena gay más explícita de la película, en la que Shane besa a su compañero de habitación y éste alucina, estuviera tan mal interpretada y tan mal dirigida. No era verosímil. El público se echaba a reír. El problema estaba en que no se podía decir sin que alguien viniese y dijera: "Eres homófobo."»

A decir verdad, eso era exactamente lo que sospechaban los que hicieron la película. Weinstein, que insistía en que él no era homófobo, intentó que la gente de *54* asistiera a una proyección de *Velvet Goldmine,* otra película de Miramax, producida por Christine Vachon y dirigida por Todd Haynes, cuyo rodaje acababa de terminar. Les dijo que él no había interferido, demostrándoles así que no quería rehacer *54* simplemente porque el material lo hacía sentir incómodo. El mismo día en que Weinstein se reunió con Christopher para quitarle a la película la atmósfera bisexual que rodeaba a Shane, aceptó un galardón del Gay and Lesbian Alliance Against Defamation (GLAAD).

En todo caso, en lugar de tratar de hacer realidad la visión del director y volver a filmar la escena del beso, Miramax llevó la película en la dirección contraria. Prosigue Lechner: «Se decidió intentar que Shane pareciese más simpático, pero no tenía ningún

sentido hacer una versión bonita de esa historia porque, ¿quién quiere ver una bonita historia sobre gente agradable en Studio 54? Eso no fue lo que se filmó. Si yo hubiera sido el responsable, habría tratado de hacerla mejor, no de cambiarla.»

Sin embargo, Lechner tampoco es muy comprensivo con los directores que pasan por la licuadora de Miramax. «La gente se queja de la falta de piedad de Miramax a la hora de volver a montar las películas, pero la mayoría de las veces es gente que, en primer lugar, no ha hecho una buena película. Le echan la culpa a Harvey simplemente porque no quieren echársela a sí mismos. Cuando Harvey trabaja con algo que es bueno de verdad, su atención y su pasión pueden contribuir a hacerlo aún mejor, pero su debilidad radica en que, si el material es malísimo, trabajará con la misma intensidad, o con más intensidad aún, y nunca terminará saliendo nada bueno porque es imposible convertir la mierda en oro. Al final, lo único que se consigue es un cagarro muy pulido. Si has hecho una película de mierda, entonces mejor estar en un estudio, donde no van a perder el tiempo ni a tomarse la molestia de convertir tu vida en un infierno.»

En los estudios, la fase de desarrollo es el Triángulo de las Bermudas donde los guiones pueden desaparecer para siempre, la tierra de nadie conocida como el Infierno del Desarrollo. Un estudio, prosigue Lechner «le habría quitado la vida antes de que se empezara a rodar. En Miramax dejan que los directores hagan la película», y después le quitan toda la garra. Era el Infierno de la Posproducción. Las películas languidecían allí meses enteros, años a veces. Harvey invertía tanto dinero en la posproducción que, cuando una película se terminaba, era demasiado cara para recuperar la inversión; antes de gastar dinero en copias y publicidad después de malgastar el dinero en (pos)producción, las estrenaba simbólicamente o las guardaba en el estante para después arrojarlas al infierno de los mercados secundarios, como el vídeo y el cable.

A lo largo de la segunda mitad de la década, fueron tantas las películas estancadas en posproducción, que el atasco se parecía a Times Square en hora punta. Recuerda James Ivory: «Un montador amigo mío fue una vez a la sala de montaje de Miramax y encontró

ocho películas rotas encima de las mesas; parecían aviones que se hubieran estrellado ahí.»

Entretanto, el mantra de los ejecutivos de Miramax era: «Aquí dentro, en alguna parte, hay alguna película de cincuenta millones; sólo tenemos que encontrarla.» Luego los directores descubrían que Harvey había dado la película, sin decirles nada, al departamento de posproducción para que volvieran a montarla. Lee Percy, el excelente montador de Christopher, responsable también del montaje de *El beso de la mujer araña* y de *Boys Don't Cry*, terminó renunciando. Por si fuera poco, sin que la gente de *54* lo supiera, Harvey contrató a un segundo equipo de guionistas, e incluso a Michael Herr, el autor de *Despachos de guerra*, autor de la narración que salvó a *Apocalypse Now* de la incoherencia, para que escribiese una voz en off. A Christoper le prohibieron la entrada a la sala de montaje. El nuevo equipo de guionistas escribió veinticinco páginas adicionales –casi una cuarta parte de la película– para darle cuerpo al amorío entre Shane y el personaje, antes secundario –pero heterosexual– de Neve Campbell, de quien Shane se encapricha de repente.

¿Cómo podía un guión gestado en el útero del departamento de desarrollo del estudio durante un año o más necesitar una cirugía tan radical en la fase de posproducción?

«El origen de todo fue que Mark y Harvey tenían dos visiones totalmente distintas de la película», dice Lechner. «Harvey pensaba que *54* sería otra *Fiebre del sábado noche*. Mientras leía el guión imaginaba una película que podría haber dirigido John Adham con John Travolta de protagonista. Cuando lee un guión, Harvey ya piensa en las posibilidades comerciales. Piensa, por ejemplo: ¿Cómo voy a venderla? Los detalles no le importan hasta que ve la película terminada.» Si, a pesar de ello, la película pasa las proyecciones de prueba, todo va bien, pero, caso contrario, como mínimo la acortan y, como máximo, la reconceptualizan para que sea la película que habría hecho el propio Harvey de ser él el director: en realidad, será la película que tratará de hacer, de volver a montar, de rehacer en todos los aspectos, de añadirle el metraje adicional que se necesite, con él mismo como *auteur*.

A medida que aumentaba su éxito, Harvey sucumbió a una fatal

ambivalencia. «Se descarriló cuando comenzó a ganar mucho dinero», dice el productor Peter Newman. «Comenzó a comprar material que estaba a medio camino entre una película independiente y una de estudio. Las notas eran casi lo bastante buenas –rondaban los 70–, y si era posible subirlas a 80 o 90 se podía ganar mucho dinero. Por eso Harvey destruía todo lo que hacía que la película fuese individualista para intentar ampliarlas.»

Los directores necesitaban desesperadamente creer que Harvey sabía lo que se hacía, y se autoconvencieron. «Sí, Harvey tiene mucho éxito, ha hecho algunas películas realmente buenas, debe de saber de lo que habla.» Sin embargo, al final Christopher se negó a filmar las escenas adicionales y amenazó con quitar su nombre de la película. Miramax contraatacó enseguida y amenazó con despedirlo. Para entonces, el director ya estaba al borde del ataque de nervios. En palabras de Donna Gigliotti: «Harvey se pone personal con la gente, y si uno es susceptible, comienza a creer que no sabe lo que está diciendo, que no tiene talento. Él sólo quiere trabajar con gente a la que pueda controlar, raramente trabajará con un director que exija el control del montaje final. ¡Porque Harvey es un director frustrado!» Finalmente, Christopher aceptó a regañadientes supervisar el rodaje de las nuevas escenas. Cuando fue al estudio de sonido a supervisar la mezcla, aún no había visto siquiera el montaje definitivo.

Lechner se marchó antes del estreno de *54*. «Miramax había cambiado mucho cuando me marché», recuerda. «Cada vez se parecía más a un estudio, y Harvey, que había tenido una experiencia turbulenta con Alexander Payne y *Citizen Ruth*, dijo: "Dejemos que Alexander haga su segunda película en otra parte y que vuelva y haga la tercera con nosotros." Creo que para Alexander fue un alivio. No quería volver a pasar por lo mismo. Yo quería hacer *American Beauty,* pero pasé porque pensaba que no era eso lo que nos interesaba entonces. Un día me detuve a echar un vistazo a los proyectos en los que estaba trabajando y me di cuenta de que muchos de ellos no me gustaban, que no eran de mi agrado.»

Cathy Konrad quería hacer también *Election* gracias a su trato de producción con Miramax: «Harvey leyó el guión, pero pasó. Yo

estaba en exclusiva en Miramax y empecé a sentir que esa condición perjudicaba mis oportunidades de trabajar con los temas que me apasionaban. Si él decía que no, tenía que abandonar el proyecto. Yo no sabía qué querían. Un día compraban algo críptico y al otro algo totalmente convencional.» También Konrad dejó Miramax.

John Schmidt, de October, es un tipo agradable que se lleva bien con casi todo el mundo y al que le gusta pensar que la gente es buena hasta que la experiencia le demuestra lo contrario. La primera vez que tomó conciencia de que podía haber algún problema con Scott Greenstein fue en marzo de 1988, en la entrega de los Oscar, cuando Robert Duvall estaba nominado por *Camino al cielo*. «Ahí empezaron a ponerse feas las cosas», dice Schmidt. «En una partida de póquer uno busca el gesto imperceptible, o el tic o el movimiento de los ojos que te avisan que el otro está marcándose un farol. Para Greenstein, ése fue el gesto.» Uno de los publicistas de October llamado de Los Ángeles dijo: «No sé si lo sabéis, pero Scott ha pedido sentarse junto a Robert en la ceremonia.» Dice Ray: «El año de *Secretos y mentiras* nos sentamos en la fila veintiuno, en el centro. Summer Redstone, el presidente de Viacom, estaba a dos filas de nosotros. ¡Mira, es el cabrón de Summer Redstone! No estaba en la fila tres.» Se parecía a aquella vez en la que, años antes, Harvey había intentado ocupar el asiento de Alison Brantley junto a Daniel Day-Lewis. Según Ray, cuando le preguntaron, Greenstein les dijo: «Oh, sí. Robert me pidió que me sentara a su lado. Uno de nosotros tiene que estar ahí, tiene que sentarse en primera fila, donde se sienta Harvey.» Dice Schmidt: «Lo comprobé con Bobby Duvall y con Rob Carliner, su productor, y Rob me dijo: "Es un bulo. Scott ha ocupado la butaca de mi pareja."» Según Carliner: «Eso no tuvo nada que ver con Duvall. Bobby es un perfecto desconocido y nunca pediría que un ejecutivo entre comillas se sentara a su lado, en ninguna circunstancia. Scott me atacó para sentarse en esa fila.» Schmidt raramente perdía los nervios, pero

esta vez los perdió y le gritó a Greenstein: «No puedo creer que hagas esto, cabrón. Deberías sentarte con nosotros. ¿Tantas ganas tienes de salir por la tele?» Pero Greenstein insistió, «se puso rojo de furia», dice Ray, y Schmidt pensó: Los tres somos socios en esta empresa, pero Scott va por libre; a él lo que le importa es Scott Greenstein, no October. Es realmente una sandez, algo digno de Harvey.

Para Ray, había sido un largo camino el que ese año los llevó al Pabellón Dorothy Chandler. A instancias de Chris McGurk, October contrató a Jack Foley, que se había ido de Miramax dos años antes, calculando que sería más agresivo a la hora de meter las películas en las salas, y también a Dennis Rice, ex de Buena Vista Home Video y el cerbero de márketing detrás de los formidables rendimientos de los títulos de Miramax en vídeo. Ray aceptó de mala gana. Cuando el equipo de October volvió de Toronto tras comprar *Camino al cielo* en 1997, la relación de Ray con Greenstein, ya crispada, se deshizo por completo. En palabras de una fuente: «Bingham le gritaba, no se andaba con chiquitas. Si pensaba que algo estaba mal, se lo decía a la cara: "Es una idea estúpida, una mierda." A él no lo manda nadie.» Los dos hombres chocaron con frecuencia y a muerte por el márketing de la película de Duvall. Dice Schmidt: «Si uno echa un vistazo a los dos bandos del negocio del márketing de las películas independientes, ve a Bernard y Barker, de Sony Classics, en un bando –lanzamientos lentos, pequeños anuncios, consolidar el público– y, en el otro, a Harvey, lo cual significa estirar el presupuesto al máximo, el gran despliegue publicitario; en una palabra, un márketing más propio de los grandes estudios. Bingham se parecía más a los de Sony Classics; Scott se parecía más a Harvey. Ésa fue la cuestión fundamental que terminaría destrozando a October.»

Buscando su queso, Ray, la vieja rata de Sony, cauteloso y conservador como Barker y Bernard, y Greenstein, la nueva rata de Miramax, agresivo como Harvey, se abrieron camino en el laberinto hasta que el segundo tiró la caja de la mesa. Porque, si Greenstein había aprendido algo en Miramax, fue, más que técnicas comerciales

o estrategias de márketing, el desprecio por las reglas del juego: todo vale.

De puertas para adentro, el conflicto entre Ray y Greenstein se desarrolló en las reuniones semanales de márketing, en las que discutían hasta la saciedad el número de salas, el tamaño de los anuncios (de 35 o de 60 centímetros), si asignar o no diez mil dólares más, etc. Greenstein quería gastar, Ray quería economizar. Cuando Ray objetaba, Greenstein abría los brazos y exclamaba, con su mejor acento de Jersey: «¡Pero si son peniques!» Y éste se convirtió en el mantra de Ray. Cada vez que alguien se quejaba de un gasto y decía, por ejemplo, «Eso significa seis mil dólares más», Ray, desde el otro extremo de la mesa, levantaba los brazos y en un gemido agudo replicaba: «¡Pero si son peniques!», soltando la pe como una escopeta de aire comprimido.

Sin embargo, los separaban algo más que meras diferencias filosóficas. Según diversas fuentes, Greenstein trabajaba activamente para socavar el poder de Ray y de Schmidt. Dice Susan Glatzer, ejecutiva de October: «Scott siempre estaba hablando por el móvil. Decía: "Soy vuestro hombre, ¿entendido? Todos los demás os odian, pero yo soy vuestro hombre. ¿Tenéis problemas? Venid a verme."» Añade Ray: «Scott decía sistemáticamente, no sólo a los artistas, sino también a los agentes: "¿Tenéis alguna pregunta? Venid a verme. No habléis con Bingham, yo soy vuestro hombre."» Y Carliner coincide: «Scott era un manipulador descarado en ese sentido. Hablaba siempre más alto que los demás y sin duda alguna era el más prepotente. Pero cuando pasó la tormenta, quedó claro quién conocía el mundo independiente y quién no. Era Bingham el que sabía cómo comercializar y colocar una película; Scott sólo sabía vender. Bingham y John no sabían con quién estaban acostándose cuando se unieron con Scott.»

Aunque Greenstein había comprado *Orgazmo* en septiembre del año anterior, en Toronto, Trey Parker y Matt Stone lo parodiaron en su CD de *South Park*, en la versión asesoría para padres. Una impresión muy precisa de la voz de Greenstein, identificada como la de «Sid Greenfield», dice: «Hola, Matt. Aquí estamos tú y yo solos.

Estoy sangrando por el culo. ¿Quieres saber por qué? Es por ese tema de Mousse T.»

»"¿Caliente, caliente, caliente?"»

«Tiene que ir en el álbum de *South Park.*»

«Ah, no. Ya hemos hablado de eso. Esa canción nos parece horrible.»

«Ya sé que os parece horrible, a todo el mundo le parece horrible. Yo soy el único que está de acuerdo contigo. Yo soy tu hombre. ¡Es la mejor canción que se ha escrito jamás!»

«Estoy de acuerdo contigo, Matt. Es una canción magnífica, lo sé.»

«Un momento. ¿Trey? ¡Trey! Quieren poner ese tema de Mousse T. en el álbum.»

«No, tío, hemos dicho que no.»

«OK, Matt, escucha. Aquí estamos tú y yo solos. Que se vaya a la mierda ese Trey.»

«Aquí Trey. Ese tema es una porquería.»

«Sabes que pienso lo mismo que tú. Siempre estoy de acuerdo contigo. Tú dijiste que no, así que no la pondré en el álbum. ¿Y sabes por qué? Porque soy tu hombre.»

Según algunas fuentes, los directores de Ray y los directores de Greenstein estaban totalmente separados. (Greenstein había cerrado tratos con Michael Douglas y Sean Penn.) Alguien que conoce muy bien a Greenstein afirma: «Scott nunca le dijo "Soy tu hombre" a ninguno de los directores de Bingham porque nunca llegó a hablar con ellos.» Añade Sandy Stern, jefe de Single Cell, la compañía de Michael Stipe: «Eso nunca fue un problema con Scott porque allí yo me relacionaba con Bingham. Ni se me habría ocurrido hablar con Scott.»

Camino al cielo se estrenó en diciembre de 1997 y fue el mayor éxito de October, con una recaudación de unos veintitrés millones en los Estados Unidos y el doble a escala mundial. October ganó unos cinco millones en ventas al extranjero, y más o menos doce millones en vídeo. En total, es probable que la empresa se embolsara unas ganancias de unos diez millones. Dice Rice: «Nada pudo herir más a Bingham que ver que la campaña de *Camino al cielo* fue un éxito. Se

tenía la sensación de que el mundo, tal como él lo conocía en October, había desaparecido para siempre.»

Una gran parte del mérito recae necesariamente en Greenstein. La película necesitaba unos buenos cortes, y cuando Duvall se negó a quitarle un solo fotograma, Greenstein propuso contratar a Walter Murch, en quien el director confiaba, para aligerarla en unos veinte minutos. Además, y en palabras de Schmidt: *«Camino al cielo* se benefició de la campaña agresiva estilo Miramax orquestada por Scott, que la coló en cientos de salas... Era muy bueno en publicidad. Bobby Duvall apareció en todas partes, hasta en la revista *Parade*, y eso se tradujo en semanas y semanas en cartel en la América profunda. Ser capaz de eso era parte de la fórmula que McGurk y yo habíamos previsto cuando llegó Scott. Si su estilo y el estilo de Bingham hubieran podido coexistir, habríamos tenido muchos más éxitos, pero eran dos toros en el *paddock* y se destrozaban entre sí. No era: Tú apártate y hagamos lo más conveniente para esta película, sino dos tíos cerrándose en banda para proteger su territorio. Una verdadera imbecilidad.»

Para Miramax, *Shakespeare in Love* fue *El indomable Will Hunting* de 1998. Surgió como una bombilla que se encendió en la cabeza del escritor Marc Norman *(Oklahoma, año 10)* a finales de los años ochenta. Para Norman, el teatro isabelino, con sus dramaturgos neuróticos, sus productores, sus agentes, sus contiendas, pleitos y maquinaciones entre bastidores era exactamente igual a Hollywood. Y con esa idea consiguió convencer a Ed Zwick, amigo y vecino. Norman escribiría; Zwick, que junto con Marshall Herskovitz había creado *Treinta y tantos*, un exitoso serial televisivo, y había dirigido *Tiempos de gloria,* un éxito aclamado por la crítica, sería el director, y los dos serían los productores. A Zwick no le gustó el guión que presentó Norman, pero a Julia Roberts sí, y aceptó interpretar a Viola, la musa de Shakespeare. Zwick trajo a Tom Stoppard para que reescribiera el guión, y el dramaturgo se las ingenió para quedarse

como coproductor. A finales de 1991 o 1992, la película entró en fase de preproducción en Universal, donde Zwick tenía un trato. Roberts, que tenía el derecho a aprobar su pareja, quería trabajar con Daniel Day-Lewis, pero el actor ya estaba comprometido para *En el nombre del padre*, de Jim Sheridan, y les había dicho que no. Roberts confiaba en convencer a Day-Lewis para que cambiara de opinión. La actriz dijo: «Dejad que lo intente», y voló con Zwick y Norman a Dublín un fin de semana sólo para hablar con Day-Lewis. Roberts le envió flores y comenzó a hacerle la corte, pero el actor se mantuvo firme; el lunes siguiente, la actriz regresó a Los Ángeles y se retiró del proyecto. Se supone que Tom Pollock, el jefe de Universal, bromeó: «¿No podía haber esperado a tirárselo hasta que tuviéramos su nombre en un papel?»; sin embargo, según la prensa de entonces, la relación no pasó de un inocente coqueteo. A seis semanas de iniciarse el rodaje de las escenas principales, Universal decidió no hacer la película; pero, como tampoco quería que fuese a manos de otro estudio, le colgó una asombrosa etiqueta de nueve millones de dólares, la mitad en costes gravosos, la otra en costes suaves. Zwick se pateó los estudios con el guión, pero, por supuesto, ninguno se tragó el anzuelo. Para ellos, era una película de arte y, además, carísima.

Zwick, que empezó a dirigir *Leyendas de pasión* para Sony, había hecho enviar a Miramax el guión de *Shakespeare in Love* y proyectado su nueva película a Harvey como muestra de su trabajo. Harvey, encantado con el guión de *Shakespeare in Love*, declaró estar también encantado con la película de Zwick. Recuerda el director: «Alucinó. Dijo: "Oh, Dios, tenemos que hacer esta película, es fabulosa." Cogió el teléfono, llamó a Sony y les dijo: "Esta película es maravillosa. ¿Cómo puedo ayudar? Voy a meter un tráiler de *Leyendas de pasión* en todas las películas de Miramax."» Según Zwick, Harvey lo miró a los ojos y le dio la mano, mientras le aseguraba que dirigiría y produciría *Shakespeare in Love*. Después, Harvey intentó comprar el guión, que seguía sin encontrar comprador, pero no se puso de acuerdo con Universal en las condiciones. El impasse duró varios años, hasta que Harvey tuvo cierta influencia. Universal quería que Peter Jackson hiciera una

nueva versión de *King Kong*, pero Harvey tenía una opción sobre Jackson que se remontaba a *Criaturas celestiales*, película que él había estrenado en 1994. Harvey levantó la mano y dijo: «Os daré a Peter Jackson si me vendéis *Shakespeare in Love.»*

Para entonces, Pollock ya no estaba en Miramax; su lugar lo ocupaba ahora Frank Biondi. Casey Silver, que llevaba el estudio, sabía que si la película era buena, la gloria –el mérito y los Oscar– sería para los Weinstein; ellos no conseguirían nada. McGurk argumentó: «¿A quién le importa su reputación? Viajemos a hombros de Bob y Harvey y ganaremos un montón de dinero.» Por lo general, en un trato como el de *Shakespeare in Love*, el comprador paga el diez por ciento por adelantado (novecientos mil dólares en este caso) y el resto más tarde. Pero Universal le puso a Miramax el precio de 2,25 millones, probablemente porque no quería vender *Shakespeare* a los Weinstein. «Fueron muy codiciosos», dice John Logigian, ex vicepresidente ejecutivo de Miramax, que negoció con Silver. Cuando Logigian se lo comunicó: «[A Harvey] se le fue un poco la olla y dijo: "Eso no puede ser." Y añadió: "¿Sabes una cosa? Voy a hacer que rebajen esa cifra."» Para él, Silver era un chorizo, y él era Harvey Weinstein. Según otra fuente, llamó a Silver por teléfono y le gritó algo así como: «Mira, ni siquiera sé con quién estoy hablando. Soy el presidente y tú sólo eres director o algo. Casey, permítame que te diga cómo tienes que hacer tu trabajo. Si no me das lo que quiero, iré a ver a Frank Biondi», tras lo cual Silver le colgó. Sabía que Biondi lo respaldaría, y así fue. La respuesta fue: «Vete al cuerno. Ahora la cifra se ha multiplicado por dos.» O sea, 4,5 millones. (Silver no recuerda los detalles de esta conversación.) Logigian le dijo a Harvey: «¡Esa llamada nos ha costado 2,25 millones!» Recuerda: «Luego en Universal dijeron: "Hay algo que tenemos que poner en este contrato."

»"¿Qué?"

»"No podéis quitarnos esto y poner en la película a una gran estrella."

»"¿Por ejemplo?"

»"Por ejemplo, Julia Roberts." Mucha gente habría dicho: "Oh, Dios mío, quería hacer esta película con Meg Ryan o Demi Moore",

pero eso no desconcertó a Harvey, porque no creía necesitar a una gran estrella para que la película funcionase. Se merece los elogios porque no la soltó ni siquiera cuando Universal se lo puso muy difícil, elevando el precio a 4,5 millones y luego limitó la clase de estrellas que podían actuar en la película. La mayoría se habría refugiado en un lugar seguro.» Añade Harvey: «Es la mayor cantidad de dinero que he pagado jamás por un guión, por un proyecto, por cualquier cosa. Algo increíble. Hay que tener agallas para decir: "Voy a hacerlo."»

De tercera mano, Zwick se enteró de que Miramax había comprado el guión y que él quedaba fuera. «No creo que a nadie le entusiasmara la idea de que la dirigiese Ed», dice Gigliotti. «A mí por lo menos no me entusiasmaba. Y tampoco a Harvey. La verdad es que todos nos ocultábamos detrás del hecho de que no creíamos que pudiera hacerla por ese dinero, cuando, en realidad, nadie lo quería.» Zwick contrató a Bert Fields, el poderoso abogado de Hollywood. En una reunión celebrada en el Peninsula Hotel con Zwick y su agente, Jeff Berg, de ICM, Harvey fue gentil y complaciente. Era la hora de la zanahoria, no del palo. Se disculpó, dijo que se había comportado mal, que Zwick era un artista, un gran artista, y que su papel a la hora de desarrollar el guión con Stoppard sería el centro de la campaña de márketing. Y le ofreció la dirección de *Chicago* y la producción de *Rum Punch*, la novela de Elmore. Se volvió a incluir el crédito de productor de Zwick. Dice: «Harvey estaba tan arrepentido y tan seductor, que preferí simplemente creerme todo lo que decía.» Posteriormente, Zwick fue eliminado del proyecto.

Cuenta la leyenda que Paltrow vio el guión en la mesa de café de Winona Ryder y le preguntó: «¿Qué es eso?» Pero, de hecho, Paltrow acababa de rodar *Emma*, y no quería hacer otra película de época también ambientada en Gran Bretaña. En aquellos días, la actriz aparecía en todas las revistas femeninas –le encantan los trapos– y tenía un público muy fiel. No obstante, realista en lo tocante a su carrera, admitió que su esperanza de vida no era mayor que la de un molusco (no como actriz, sino como estrella). Estaba en el candelero y quería aprovechar el momento. Pero, como siempre,

se impuso Harvey. A Paltrow le habían pagado tres millones de dólares por hacer de pareja de Michael Douglas en *Un crimen perfecto*, pero Harvey le bajó el sueldo a 2,5 millones y un pequeño porcentaje de las recaudaciones.

Harvey quería que Affleck interpretase a Shakespeare, pero el actor tenía un conflicto: *Dogma* se estaba rodando al mismo tiempo. Harvey le dijo: «Olvídate de *Dogma* y haz *Shakespeare.*» Pero Affleck, leal a Smith, no aceptó. (Harvey niega haber pedido a Affleck que interpretase a Shakespeare.) Harvey intentó que apareciese en el papel secundario de Ned Alleyn, algo que podía hacer cuando terminase el rodaje de *Dogma*. En aquel momento, Affleck acababa de hacer su primera película comercial *(Armageddon)*, y un breve papel secundario significaba dar un paso atrás. La noche en que Affleck y Matt Damon no ganaron el premio del Writers Guild por el guión de *El indomable Will Hunting*, se fueron a ahogar sus penas en Elaine's, acompañados del copresidente de Miramax. Cuando afloró el tema del papel de Alleyn, Damon abogó en contra. Que era una mala idea, dijo; perjudicial para la carrera de Ben. Además, Ben y Gwynnie eran pareja y todo el mundo decía: «¿Vas a trabajar en esa película sólo para estar con tu novia? Es su película, tú no eres más que un adlátere. No te rebajes a ponerte en ese lugar.»

Volviéndose hacia Affleck, Harvey replicó: «Olvida toda esa basura de Hollywood, esto es otra cosa. Lo que tienes que hacer es demostrar que puedes ser tanto un protagonista como un actor de carácter. Eres gracioso. Puede ser bueno para ti hacer un papel en el que demuestres que puedes ser gracioso. Rupert Everett no está preocupado, a él le importa un carajo. Ya sabe que no va a ser Shakespeare y ha aceptado un papel secundario; sabe que tendrá que rebajarse.» Affleck aceptó.

Miramax produjo *Shakespeare in Love* con sólo veinticuatro millones de dólares, aunque la película parece haber costado el doble. Harvey se reservó un crédito de productor. Según Marcy Granata, ex vicepresidenta de prensa: «Harvey participó en cada detalle, sabía incluso qué vestido debía llevar la protagonista. ¡Era Selznick!» Sin embargo, los ejecutivos de los estudios raramente se

llevaban un crédito de productor, y Zwick, por lo pronto, quedó consternado.

Según Norman, la primera vez que Harvey vio la película con los títulos de crédito, se puso furioso cuando vio el crédito de productor de Zwick: «¡Quitad ese nombre de la película!» Sus abogados le dijeron que no podía hacerlo, pero Harvey encontró otra manera de salirse con la suya. En la secuencia inicial, Geoffrey Rush, que interpreta al empresario Philip Henslowe, la versión isabelina de un desesperado productor de Hollywood, recorre Londres buscando a Shakespeare. En el momento en que aparece en pantalla el crédito para Bedford Falls, la empresa de Zwick, Rush pisa una pila de estiércol de caballo.

Las proyecciones de prueba de *Shakespeare in Love* fueron muy bien y consiguieron cerca de 80 puntos en las dos primeras casillas; sin embargo, en opinión de Harvey, podían ser mejores, y le dijo a John Madden, el director, y también a Gigliotti, quienes pensaban que ya habían terminado, que siguieran trabajando. «Tenéis una buena película, pero no una gran película.» Madden, a diferencia de otros directores de Miramax, obedeció de buen grado, y se convirtió en uno de los favoritos de Harvey. Dice Lechner: «Fue un caso en el que el proceso Miramax funcionó mejor que nunca. Las proyecciones de prueba nos permitieron centrarnos en lo que cohíbe al público. Y lo arreglamos.»

El público que asistió a dichas proyecciones se quejó de que la película era demasiado larga, y la cortaron. Los espectadores no entendían por qué Viola no se iba tan pancha con Shakespeare, por qué tenía que casarse con Lord Wessex. Este punto se aclaró con nuevos diálogos. Cada vez que alguien da la espalda, se insertaron líneas de diálogo explicando que, si Viola no se casaba con Wessex, la familia perdería sus tierras y Shakespeare terminaría asesinado. Las pruebas también revelaron que el final no funcionaba, que no tenía la suficiente garra emocional. El público necesitaba sentir que ése era el amor que cambió la vida de Shakespeare, el que lo convirtió en «William Shakespeare». Madden volvió a filmar una escena en la que los dos tórtolos dan un paseo en batea por el río, para que el romance tuviera una mayor carga emocional. Había que

ablandar el personaje de Paltrow: tenía que llorar, tenía que sonreír. A Miramax le entró el pánico. Faltaban apenas cinco semanas para el estreno y la película seguía sin tener un final. Harvey presionó para que tuviera un final feliz, con Shakespeare y Viola juntos, algo totalmente en desacuerdo con el tono del guión. No paraba de decir: «Necesitamos más humor, necesitamos más chistes.» Gigliotti comprendió que el público femenino tenía que llorar, que la película era, en última instancia, una comedia lacrimógena. Stoppard pensaba que el guión estaba bien como estaba y se negó a escribir una sola palabra más. Harvey le dio la lata, yendo y viniendo a Hollywood. Al final, el dramaturgo reescribió ciertas partes a regañadientes y volvieron a filmarlas una y hasta dos veces más. Por último, Stoppard les propuso un final que aceptaron, en el que Shakespeare se queja: «Ya no puedo escribir.» Viola, con lágrimas en los ojos, responde: «Te daré una idea para otra pieza.» Y eso convenció al público. Los cambios hicieron que las notas subieran a 90. Sin embargo, en la última proyección de prueba, a finales de noviembre, las calificaciones bajaron. Weinstein, nervioso, llegó a pensar en unos estrenos limitados. Sin embargo, Gigliotti, que había oído lloriquear a unas mujeres durante la proyección, estaba convencida de que la película funcionaría.

En mayo de 1998, Vachon y Haynes fueron a Cannes con *Velvet Goldmine*, la película que Weinstein había citado durante ese contratiempo llamado *54* para demostrar que no era homófobo. Aunque en *Velvet Goldmine* no hubo cambios tan drásticos como en *54*, hacer esa película para Miramax no fue una experiencia agradable para los directores. *Velvet Goldmine* era una instantánea de la era del rock *glam*, centrada en la carrera de un músico que evocaba a David Bowie. Ewan McGregor, que acababa de terminar *Trainspotting*, fue añadido al reparto, igual que Christian Bale, Toni Collette, Jonathan RhysMeyers y Eddie Izzard. Filmada en Inglaterra, fue un rodaje difícil. De Vachon, famosa por su formidable temperamento, se dijo que había aterrorizado al equipo británico. Algunos llegaron a compararla con Harvey. Haynes no está de acuerdo: «¡No! Eso no es cierto», dijo. «Christine no es la crueldad por la crueldad. Y de eso sí se puede acusar a Harvey. Lo que pasa

es que Christine no es una lameculos.» Weinstein, ansioso por comprar los derechos norteamericanos, se reunió con Haynes y Vachon; a Haynes le dijo que era un director magnífico. Hizo lo posible y lo imposible por retratarse como gran amigo de los gays, y les contó una historia, algo sobre unos homosexuales apaleados en un bar por unos agresores que eran precisamente la clase de gente que tendría que ver *Juego de lágrimas*. A Vachon le pareció todo un detalle; la productora se preguntó: ¿Se habrá levantado esta mañana para decirse: Muy bien, voy a reunirme con Todd Haynes y Christine Vachon, tengo que inventar algo bueno?

Sin embargo, el director y la productora estaban muy dispuestos a convertirse a la fe de Harvey. Aunque tenían financiación parcial de CiBy 2000 y Film Four, estaban desesperados por completar el presupuesto y ávidos por quedarse rápidamente con esos dos millones. Como era su costumbre, Weinstein mantuvo las manos quietas mientras Haynes rodaba la película en Londres. Harvey «tiene fama de homófobo, pero nunca nos presionó para que cortásemos nada "gay"», dice Vachon. «Las notas de Miramax no eran estúpidas. Eran constructivas, presentadas en una atmósfera de toma y daca. La verdad es que él no impuso su voluntad, no nos amenazó, no se portó como un matón. Y fue muy, muy respetuoso con Todd.»

Sin embargo, también fue típico que las tornas se volvieran en la posproducción. En un esfuerzo por sacarle más dinero a Miramax, Vachon le proyectó la película a Harvey, probablemente antes de lo debido. La impresión de Harvey fue menos que buena, e insistió en que se organizaran proyecciones de prueba. La actitud de Vachon respecto de esas proyecciones no difería de la de todos los demás independientes. «Las proyecciones de prueba son un asunto de "números"», dice la productora. «Por lo tanto, me sentí muy mal cuando vi que querían que la estaca redonda de Todd encajara en un agujero cuadrado... Esas proyecciones del NRG [National Research Group] eran, probablemente, los últimos clavos del ataúd.»

A finales de la primavera de 1998, justo antes de Cannes, convocaron a Haynes y a Vachon a una reunión en Miramax con Lechner y algunos más. Haynes recelaba, pero Vachon le dio

ánimos: «No te sientas amenazado, no te asustes, mantén la mente abierta. Piensa, por ejemplo: Si esto puede ayudar a mejorar la película, hagámoslo.» La gente de Miramax les propuso varios cortes que en total sumaban unos treinta minutos, pero en un momento de la reunión Lechner dijo: «Bien, en realidad lo que hicimos fue... Pensamos que lo más sencillo era hacer primero los cortes y luego enseñároslos. ¿De acuerdo?» Éste era un método estándar de Miramax, pero Haynes no lo había vivido en carne propia hasta ese momento. Lechner puso en el vídeo una cinta «cortada/sin cortar», con una versión montada por el equipo de posproducción de Miramax seguida por el montaje de Haynes. El director tenía de sí mismo una justificada percepción de *auteur*, pero como era educado y tenía buenos modales, no había peligro de que les soltara un «¿Pero qué decís? ¿Habéis cortado mi película? ¿Estáis locos o qué?» Por eso lo que dijo fue: «De acuerdo.» Y pasaron la cinta. Mientras asistía a la proyección, a Haynes se le llenaron los ojos de lágrimas. «Todd lloró», dice Lechner. «Lloró porque antes nadie había tocado una sola de sus películas, y yo me di cuenta, en cuanto lo hicimos, que habíamos sido bordes e insensibles.» Pero el daño ya estaba hecho. Vachon se estremeció de dolor y pensó: Oh, Dios, no se puede hacerle algo así a Todd. ¡Esto no puede salir bien! De repente, Haynes, aunque cortés, intervino: «¿Sabéis una cosa? No me resulta fácil concentrarme con todos vosotros en esta sala. ¿Puedo coger la cinta y llevármela a casa?» Y le respondieron: «Claro que puedes.» Dice Vachon: «Fue espantoso. Porque Todd es un obsesivo, había pensado hasta el último corte, cada fotograma, y tenía la sensación de que alguien le quitaba la película y la hacía pedazos. No es que la gente de Miramax no tuviese razón en algunos puntos. Simplemente les faltaba sensibilidad para comprender que no se le puede hacer una cosa así a un cineasta como Todd. Él estaba absolutamente indignado, fuera de sí.»

Vachon le dijo a Miramax: «Eso no ha estado bien.»

«Mira, nos hemos pasado mucho tiempo trabajando con esa cinta; John, de posproducción, se pasó el fin de semana arreglándola.»

«Todd le ha dedicado a esta película los últimos cuatro años de su vida.»

Cuando Haynes se calmó, cortó tres o cuatro minutos. *Velvet Goldmine* fue a Cannes y obtuvo una acogida desigual pese a ganar el Premio Especial del Jurado. «[En Miramax] había cierta excitación en torno a la película que literalmente pareció evaporarse», recuerda Vachon. «Yo había oído decir que cuando Miramax te respalda al cien por cien es algo maravilloso, y sé también que cuando una película no funciona bien, es fácil echarle la culpa a la distribuidora; pero en este caso percibía que no había mucha pasión por *Velvet*. ¿Sería porque tenían demasiadas películas? ¿O porque para ellos esa película tenía un techo determinado, porque pensaron que no valía la pena gastar tanto dinero? A Todd no lo presionaron, pero es posible que pagásemos un precio por ello. La experiencia con *Velvet Goldmine* fue realmente atroz. Es la tragedia de mi vida... Me partió el alma.»

Miramax tenía razón; *Velvet Goldmine* no funcionaba, pero cortarla tampoco le sería de ayuda. Vachon se limitó a observar mientras la película se sumergía en un baño de tibios elogios, pero ya tenía otra bala en la recámara de Killer Films: *Happiness*. En términos generales puede decirse que October dejó a Todd Solondz en paz durante el rodaje y la posproducción. Solondz tenía el montaje final hasta una duración de dos horas, pero su versión terminó durando dos horas y veinte minutos. Demasiado, pensó Ray, y le dio la lata a Solondz para que la recortase. Pero, a diferencia de Miramax, October, que no tenía un equipo de posproducción, no hizo que Solondz probase la película en un centro comercial y Ray no amenazó con enterrarla si no se salía con la suya. En efecto, Solondz hizo un par de cortes, probó un par de cosas, pero por lo general volvió a poner en su sitio lo que había cortado. Dice Vachon: «Parecía que Ted Hope y yo teníamos que arrastrarlo para mantener una conversación titulada "Vas a cortar la película". Aguantó la presión tratando de escurrir el bulto todo lo posible, esforzándose de veras por no encontrarse en ningún lado con la persona que le hacía esa petición. Es imposible conseguir que Todd haga algo que no quiere hacer. Es sencillamente imposible.»

Al final, Ray consintió en que Solondz proyectara en Cannes su propio montaje. *Happiness* dio lugar a un escándalo en la Quincena

de Directores. Gustara o no gustara al público, fue la película de la que más se habló durante el festival. Era otro triunfo para October, que, con el éxito de *Camino al cielo*, la nominación al Oscar de Robert Duvall, y *High Art*, estaba en la cresta de la ola. Como si la apuesta de McGurk hubiera dado resultado. Ray dice que siempre pensó que *Happiness* era la obra de un genio, e invitó a los capos de Universal –Ron Meyer, Casey Silver, McGurk *et altri*– a una proyección. Sin embargo, dice: «Fueron al estreno de algo realmente épico, como *Blues Brothers 2000*», y ni se molestaron en presentarse a la proyección. *Happiness* se llevó el Premio de la Crítica; cuando volvieron a los Estados Unidos, la película recibió la invitación del Festival de Cine de Nueva York.

Solondz volvió a proyectarla para la gente de October. Según Ray, durante una de las escenas entre Bill, el pederasta (Dylan Baker), y su hijo, los ojos de Greenstein empezaron a rodar como canicas. «Ronnie tiene que enterarse de esto», dijo Greenstein, refiriéndose a Meyer. Ray dijo: «No. Esto no tiene nada que ver con él. Es nuestra película, asunto nuestro. Nosotros les enviamos el guión y ellos lo leyeron, y si no lo han leído, lo tienen, saben que estamos haciendo esta película. Hemos sido totalmente francos. Además, el presupuesto está totalmente bajo su control.» Aunque no pueda demostrarlo, Ray sospechaba que, de hecho, Greenstein alertó a Meyer.

Si lo hizo, no tenía por qué haberse preocupado. El 3 de junio, *The Hollywood Reporter* publicó un artículo llamando la atención sobre el hecho de que October tuviera en su lista de estrenos cuatro películas –*Happiness, Orgazmo, Los idiotas*, de Lars von Trier, y *Celebración*, de Thomas Vinterberg– que podían ser calificadas NC-17 y desembocar en un posible conflicto con Universal. Ray pensó que el artículo estigmatizaba a October como una división renegada que se dedicaba a la pornografía, y concluyó que uno de sus competidores les había tendido una trampa. De repente, Universal exigió ver *Happiness*. Por razones que él conoce mejor que nadie, Ray pensó que sería un problema fácil de controlar con tacto. Al fin y al cabo, *Happiness* era la clase de película con la que October había trabajado en el pasado. «Mi actitud respecto de Universal era:

comprador, atento. Esto es un desastre, Sherlock, no jodas. Tú leíste el guión, sabías qué clase de empresa éramos. Ésta es la clase de película por la que deberías felicitarte, no censurar. Deberías darnos un abrazo en lugar de una patada en el culo. Pero fue algo totalmente ingenuo de mi parte.» Meyer era muy conservador en cuestiones de gusto. Universal se negó a comprar *Arlington Road, temerás a tu vecino* porque se inicia con la imagen de un chico al que le queman la mano. Según una fuente, Meyer vio *Happiness* y se puso furioso con la escena de la eyaculación. Dijo: «No podemos estrenarla. Véndela», y se fue antes de que terminase la proyección. Meyer se enfureció con October porque pensaba que buscaba la polémica sólo para mejorar su perfil, el viejo truco de Miramax. Y exclamó: «No me interesa penetrar en la mente de un pedófilo.» Se quedó de una pieza cuando descubrió que Ray le había permitido a Solondz utilizar una instantánea de su hijo Nicholas (bautizado así por Nicholas Ray, el director de culto) en la escena en que el personaje de Baker se masturba en el asiento trasero del coche mirando una foto. Dice Ray: «Ronnie pensó que yo era un degenerado y dijo: "Bingham Ray debe ser un retorcido, un enfermo." Para mí sólo era una película. ¿Si le iba a producir a mi hijo un trauma para toda la vida? No. ¿Significa eso que soy pedófilo, el presidente de la sección neoyorquina de la NAMBLA?* No. ¿Significa que quiero ayudar a lanzar una película de bajo presupuesto porque creo en ella? Por supuesto. Hasta cierto punto me pareció gracioso, si he de ser franco. ¡Nadie más lo hizo! De repente, la gente empezó a decir: "¿Cómo pudo haber metido a su hijo en eso?" Pero no era que Dylan Baker fuese a corrérsele en la cara, vamos.»

Añade Ray que, en julio, «el asunto se había convertido en una polémica de ignorantes, algo absolutamente disparatado». Una noche, Vachon recibió en casa una llamada de Hope: «¿Estás sentada? Acabo de hablar con McGurk. Edgar Bronfman dice que Universal no permitirá que October distribuya esta película.» La respuesta de Ray a Universal fue: «Si queremos, podemos estrenar películas clasificadas NC-17; figura en el contrato.»

«No, no está en el contrato», replicó un ejecutivo de Universal.

«Vosotros sois el estudio que inventó el NC-17 para poder estrenar *Henry & June (El diario íntimo de Anaïs Nin).*»

«Las cosas han cambiado. Ahora es una cuestión de accionistas; los accionistas de Seagrams no deberían ser sujetos pasivos de esta clase de entretenimiento.» Ray pensó: Eh, no me necesitas para hacer bajar las acciones, para eso tienes a Edgar. Ahora dice: «Cayó con toda la fuerza de un jodido yunque. El pez huele por la cabeza, y ése apestaba. *Happiness* fue el buque que chocó contra el iceberg. Ahí fue cuando todo se vino abajo, cuando se corrompió el ideal, el sueño de poder trabajar dentro del sistema de los estudios como disidente, como independiente autónomo... Una gilipollez total. Y aseguro que fue algo agotador, decepcionante. "Bingham, lo que pasa es que no lo entiendes." Oí esa frase ocho mil veces en un mes. Malin, en Artisan, probablemente estaba descojonándose de risa, diciendo: "Aaah, os lo advertí." Porque si hubiéramos sido una empresa privada, sin ninguna conexión con Universal, la clasificación no habría significado un problema, nada habría sido un problema. Nada. Fue espantoso, una tortura. Y yo empecé a beber demasiado; estaba de mal humor, inconsolable.»

Ray estaba tan confundido que concluyó que su única opción era provocar a Silver para que lo despidiera, tras lo cual distribuiría *Happiness* por su cuenta. «Si esos tipos no querían la película, yo haría mi propia versión de *Kids*, saldría por piernas de Dodge, que me despidieran de esa mierda de estudio», recuerda ahora. Ese mismo mes, tras dejar Holly Springs, Mississippi, el lugar de rodaje de *Cookie's Fortune,* otra película de October, Ray llamó a Silver por el móvil desde la zona de recogida de equipajes del aeropuerto de Memphis. Dijo, a gritos: «Escúchame, ignorante de mierda... Eres un cerdo, un gilipollas; no te has leído el guión en tu puta vida y tampoco has visto la película. ¿Cómo puedes tomar una decisión sobre algo que no has visto? Sólo los cerdos de Hollywood lo hacen. ¿Y luego me dicen a mí que soy el que "no entiendo"? Pues no lo creo. ¡Sois vosotros los que no entendéis una mierda!» Silver, que raramente perdía los estribos, esa vez los perdió. Cortó con Ray y entró hecho una furia en el despacho de McGurk: «Voy a despedir a

ese cabrón.» McGurk lo calmó: «Casey, espera un segundo. Estamos hablando de Bingham Ray. Lo que está tratando de hacer, a su manera, a lo Pedro Picapiedra, es volverte loco para que lo despidas, porque eso es lo que de verdad quiere. Y no podemos dárselo en bandeja.»

Ray siguió protestando: «Ya puedes deshacerte de nosotros ahora mismo; lo único que tienes que hacer es apuntar con una escopeta a la cabeza de la compañía y apretar el gatillo, porque vais a perder toda la credibilidad que nosotros dejemos. Habrá una tormenta de mierda en los medios.» El estudio replicó: «No, no habrá ninguna tormenta si tú no haces algo para que se desencadene, y no podrás hacerlo porque estás amordazado. Todd, Christine, James Schamus y Ted Hope tampoco van a hacerlo porque ellos quieren lo mejor para la película. Vamos a hacer un trato con ellos y todo irá sobre ruedas.»

Y el trato consistió en que Universal, a la chita callando, hizo –bajo cuerda– lo que había que hacer para que Good Machine se asegurase un préstamo bancario que le permitiera distribuir *Happiness*. La película se proyectó en el Festival de Cine de Nueva York, un sábado de octubre por la noche, y se estrenó al día siguiente. Pese a toda la publicidad, buena en su mayor parte, sólo recaudó unos tres millones de dólares. Ray se mantuvo al margen. «Me hubiera cortado el cuello nueve mil veces», dice ahora. Solondz no recibió prácticamente nada. Le pagaron treinta mil dólares por escribir y dirigir *Happiness*, unos quince mil al año repartidos en dos años de trabajo. Dice Vachon: «Nosotros no fuimos los distribuidores, no teníamos ni el dinero ni la fuerza para llevárnosla. A Bingham le preocupaba su reputación, y a Good Machine lo que le preocupaba era: ¿Se verá dañada por este asunto nuestra relación con Universal? Todo el mundo se vio absorbido por sus papeles en la tragedia griega: ¡Oh! ¿Qué efecto tendrá esto sobre mí? Pero nadie decía: Esta película tiene dos años de vida, y mucha sangre, ¡estrenémosla! Fue muy duro. Good Machine lo pasó verdaderamente mal; fue un gran chupadero de dinero, mucho trabajo y muy poco rentable. Podríamos haber tenido una nominación al Oscar al mejor guión, y hasta podríamos haber

conseguido una nominación para Dylan Baker, pero no hicimos un verdadero trabajo para presionar a la Academia. Fue una oportunidad perdida.»

Esta experiencia alienó aún más a Ray. Greenstein no se preocupó mucho; lo que dijo fue: «Hay más cosas por las que luchar, sigamos adelante.» En cambio, la actitud de Ray era: «¡Y una mierda! Cuando te alces para librar esa batalla, si pierdes, no habrá mañana.»

En primavera, algunos antiguos empleados presentaron una demanda colectiva de 1,4 millones de dólares contra Miramax por horas extras impagadas. Las condiciones de trabajo no eran mejores que en los años ochenta, y en cierto modo eran peores, a pesar de, o a causa de, el éxito de los Weinstein. Con todo, seguía siendo un lugar emocionante, especialmente para los neoyorquinos hambrientos de famosos. Con el nombre de la empresa en los periódicos todos los días –Liz Smith, «Page Six» del *New York Post*; Rush y Molloy del *Daily News*–, el personal se sentía en el centro del universo. Ibas al lavabo de caballeros y te encontrabas a Sean Penn meando en el mingitorio de al lado. Entrabas en el ascensor y tropezabas con Madonna. Sharon Stone, espléndida, se paseaba por los pasillos. «Me encantaba soltar en un bar el nombre de Miramax», dice Peter Kindlon, ex ayudante de márketing. «Era muy *cool*.»

Sin embargo, si bien la antigua Miramax era demasiado pequeña para que todo el mundo entrase, apretujado, en una sala de proyecciones para ver una posible compra y que los acribillaran a preguntas sobre sus opiniones, la nueva Miramax era grande e impersonal. A Harvey le gustaba pensar que tenía el don de tratar con la gente sencilla, capitalizando el hecho de ser hijo de trabajadores –«Nací en Brooklyn, crecí en Queens, en edificios de protección oficial; no crecí rodeado de las cosas buenas de la vida», etcétera, etcétera–, pero a los asistentes, empleados en prácticas y el personal eventual los trataban como si no existieran (o peor). Dice

Kindlon: «Si Harvey y Bob no tenían necesidad de hablar contigo, no lo hacían. Harvey sabía quién era yo, no me cabe duda, pero si subía o bajaba en un ascensor con él, nunca me saludaba.» Robin Rizzutto, asistente de Mark Gill, añade: «Te podías pasar tres o cuatro años trabajando en la empresa sin que nunca realmente te reconocieran. Si Harvey necesitaba algo de mí y yo estaba ahí cerca por casualidad, nunca me habría llamado por mi nombre. Le decía a Mark: "Necesito un cenicero." Y Mark decía: "Robin, ¿puedes traerle un cenicero a Harvey?"»

Harvey tenía un chófer que sentía devoción por él. Una vez, mientras traía a Harvey del aeropuerto de Teterboro, otro coche del parque de automóviles, Prime Time Limousine, partió en el mismo momento rumbo al mismo punto de destino. Harvey observó que el otro coche había llegado a la ciudad antes que el suyo y se puso furioso con el chófer; no le cabía en la cabeza que el otro coche hubiese llegado primero. E intimidó al hombre, diciéndole, a gritos: «¿No tienes orgullo porque eres un simple chófer? ¿No te interesa el trabajo que haces?» En palabras de un testigo del incidente: «Parecía que intentaba rebajar al pobre tipo simplemente porque era un chófer y él un jodido magnate de los estudios.»

Dice Amy Hart, ex coordinadora de márketing: «Yo había trabajado en New Line, y si había un éxito, por ejemplo si *Austin Powers* hacía tropecientos millones de dólares el primer fin de semana, el lunes por la mañana había desayuno con champán para todos, todos celebrábamos el éxito. En Miramax, después de rompernos el culo para obtener doce [nominaciones] para *El paciente inglés*, recibimos un mail que decía: "Ya no pagamos los almuerzos, ya no pagamos los coches para que os lleven a casa." Nos daban las gracias mandándonos a la mierda. Eso dejaba muy mal sabor de boca, y fue ésa la razón por la que se produjo semejante desbandada. Los asistentes nos sentíamos lisa y llanamente explotados. Había mucha maldad.»

En las oficinas, el ambiente seguía siendo grosero. Dice un asistente: «La manera de hacerte respetar en la oficina era gritar mucho por teléfono, a un mensajero que había metido la pata o por un envío de Federal Express que no había llegado. Tenías que

demostrar que podías ser un perfecto cabrón. La gente decía: "Oh, vaya, eso ha estado fantástico, fantástico." Era un ambiente realmente sádico.» A otra asistenta que provocó su ira, Harvey le gritó: «¡Eres una imbécil! Dilo: "Soy una imbécil."» Y la mujer lo hizo. Prosigue Hart: «Una vez, una trabajadora eventual del despacho de Harvey –él tenía otros tres asistentes– tuvo necesidad de ir al lavabo, de veras. La chica esperó y esperó. Al final, se puso de pie y Harvey le dijo: "¿Adónde vas?" "Tengo que ir al lavabo." "Ahora estás trabajando para mí, siéntate."» Una vez le dijo a un empleado: «Detesto el ruido de tu respiración.» Al publicista Dennis Higgins le dijo que tenía que conseguir tal o cual cosa y añadió: «¿Sabes qué va a pasar si no lo consigues?»

«¿Vas a despedirme?»

«Peor. Voy a matarte.»

Dice Gill: «En Miramax todos los años parecían un año de perros, por el sufrimiento mental y la crueldad emocional.»

Los empleados aprendieron bastante rápido que, aunque Miramax pudiera estar en el centro del universo, Harvey y Bob estaban en el centro de Miramax. Allí la vida giraba alrededor de ellos. «Recuerdo haber esperado que Harvey bajase de un avión o que llegara del aeropuerto; la empresa entera cerraba», prosigue Kindlon. «Nos pasábamos horas sentados, reunidos y esperando. Después Harvey entraba en el despacho y Dios no quisiera que te encontrase riendo. Todos cerrábamos la boca.»

La gente aceptaba importantes recortes del sueldo con tal de trabajar en Miramax. Marcia Kirkley, que trabajaba en la sección de secretarias de Harvey, había ganado ciento cincuenta mil dólares al año en IBM antes de entrar en Miramax por veintisiete mil dólares anuales. De Hart, madre soltera, se esperaba que llegara a fin de mes –en Nueva York– con veinticinco mil dólares por año. Además de imposible, era mortificante, «sobre todo cuando sabías», dice Hart, «que tiraban dinero por la ventana; por ejemplo, cien mil dólares para que Gwyneth Paltrow se pasara un fin de semana en París sólo para divertirse. Harvey le puso un jet privado de Nueva York a París, y un Mercedes, para que la chica se lo pasara bomba».

Los hermanos esperaban de sus empleados que trabajasen todas

las horas posibles y más. Dice Kindlon: «Me sentaba a mi escritorio exactamente a las nueve y media de la mañana y nunca me iba antes de las once, las once y media de la noche. Estaba quemado, exhausto.» Añade Hart: «Se parecía a trabajar en una fábrica del Tercer Mundo. Nunca teníamos pausa para almorzar. Si no fumabas, nunca salías del edificio.» Y aunque alguien terminase su trabajo, pongamos, a las siete y media de la tarde, irse no estaba bien visto; por lo tanto, la gente se quedaba matando el tiempo un par de horas. En consecuencia, casi nadie tenía una vida privada fuera del despacho: familia, novio, novia... Las vacaciones eran un asunto que volvía locos a los Weinstein, ya fuera un fin de semana largo o unos días libres durante las vacaciones de invierno, aunque hay que reconocer que era un período de mucho movimiento en la empresa. Siempre decían: «¿Qué significa que te vas de viaje? Aquí la gente trabaja para ganarse la vida. ¡Si te vas, no vuelvas!» Hacían volver a la gente del aeropuerto cuando estaban a punto de subirse a un avión que la llevaría al sol y a las playas. Se dice que una mujer llegó incluso a aplazar su boda. Dice una fuente: «Era una cuestión de control. Cuando perdían el control, te perdían como jugador leal a su equipo. Y ya no te querían ver por allí.»

Además –y todavía– existía el factor miedo. Los empleados trabajaban bajo la constante amenaza de perder su puesto de trabajo. En un incidente típico, Bob llamó a un empleado que acababa de ocupar un puesto de responsabilidad, al que todavía no había conocido. Su secretaria temporal, que no sabía quién era Bob, estaba hablando por teléfono con un director. Con todo, no tardó más de veinte segundos en contestar. Bob le dijo: «¿No sabes quién soy? A mí no se me hace esperar. Estás despedida.»

«Es una empleada temporal que no sabía, Bob», se quejó el empleado.

«Muy bien, despídela.» Los abusos desde arriba se transmitían hacia abajo. Dice Hart: «Harvey es increíblemente feroz y negativo, y eso se contagiaba a los de abajo. La gente que se marchaba decía: "Empezaba a convertirme en el mayor hijo de puta del mundo."» Añade Kindlon: «En esa época prevalecía la sensación de que, si no estabas a gusto ahí, había muchísima gente dispuesta a sentirse a

gusto. Yo tenía una ventana que daba a Greenwich Street, y siempre imaginaba a miles de jóvenes que llegaban con sus currículos, gritando: "¡Contrátenme, contrátenme!»

En 1997, el Departamento de Trabajo se pasó siete meses investigando las prácticas de empleo de Miramax. Se llegó a un acuerdo sin el consentimiento de los demandantes, lo cual les permitió ir a los tribunales. A principios de la primavera de 1998, Merri Lane, una abogada cuya hija Stacy había trabajado en Miramax, reunió a unas treinta y cinco personas en un despacho del centro y les dijo que iba a iniciar una demanda colectiva contra la empresa. Recuerda Kindlon: «Miró a los que estábamos sentados a la mesa y preguntó: "¿Alguien desea añadir su nombre?" Silencio mortal. La mayoría de los que estaban en ese despacho, todos menos yo, tenía miedo a las represalias, miedo de que las asociaran con alguna acción en contra de Miramax. Yo levanté la mano porque tras haber pasado un tiempo allí, me había dado cuenta de lo mucho que me explotaban y sabía que estaba haciendo lo correcto. Y dije: "Añade mi nombre." Nunca lo habría hecho si hubiese seguido trabajando en Miramax. No soy tan valiente.»

El 9 de abril se presentó la demanda en nombre de unas treinta personas, ex empleados que acusaban a Miramax de salarios atrasados en concepto de horas extras. La cantidad en cuestión no era enorme, pero era una situación embarazosa que generó algo que los Weinstein temían casi tanto como perder dinero: mala prensa. «Intimidaban a todo el mundo», dice Lane. «Nadie de los que seguían trabajando para ellos estaba dispuesto a firmar. Estaban convencidos de que los despedirían, de que les harían el vacío, de que ocurrirían cosas terribles. Hubo gente que me envío su consentimiento, pero que se retiró antes de que yo pudiera presentar la demanda. Recuerdo a una pobre joven cuyo padre no paraba de llamarme para decirme que ella quería sumarse a nosotros, pero que estaba aterrorizada. Yo no podía garantizarle que no le pasaría nada.»

El caso se resolvió con una cantidad que no se reveló. Kindlon dice que cobró más o menos el equivalente a un año de sueldo (veinticinco mil dólares). Hart, que figuraba entre los demandantes,

recuerda que cobró entre siete mil y diez mil dólares. Para entonces, Kindlon ya estaba en Fine Line, ganando casi el doble; entraba a las nueve de la mañana y se marchaba a las cinco de la tarde. Sin embargo, dice: «Fine Line era pésima comercializando películas. La verdad es que me encantaba trabajar en Miramax.»

11. EL TENIENTE MALO
1998-1999

- ***De cómo Scott Greenstein vendió October, Harvey Weinstein ganó un Oscar con* Shakespeare in Love *e hizo llorar a Rosie O'Donnell y M. Night Shyamalan, pero Michael Eisner le echó un rapapolvo.***

> Fui un idiota total. Un absoluto imbécil. No hay nada más estúpido... no haber tenido los medios para navegar por esas aguas procelosas. Yo daba vueltas en canoa, en un remolino, sin remo, y todo me absorbía.
>
> BINGHAM RAY

Mientras la gente de Miramax enredaba con *54* para que consiguiera mejores calificaciones, un ejecutivo de la casa les dijo a los cineastas que no se preocupasen, que ellos ya habían solucionado antes muchos problemas parecidos, incluso *Los primeros amigos*, una película insipída y sensiblera, una especie de precursora de *Touched by an Angel*, notable únicamente por ser el segundo largometraje de M. Night Shyamalan. Dice Jack Lechner, que se incorporó a Miramax una vez terminado el rodaje: «La pregunta es: "¿Por qué se hizo esa película?" ¡Es algo que me supera!» El edulcorado guión fue un anzuelo para el lado sentimental de Harvey, ahora, al parecer, en fase ascendente. Harvey pensó que sería una gran película para familias. Como era de esperar, Meryl Poster defendió el proyecto y se convirtió en la

ejecutiva a cargo de la película. La idea de Shyamalan: un niño de unos doce años, de un colegio secundario privado, afligido aún por la muerte de su abuelo, se obsesiona con la idea de encontrar a Dios, y lo consigue. La historia es semiautobiográfica. Shyamalan, nacido en Madrás, India, hijo de médicos, estudió en Filadelfia en un colegio parecido. Sin embargo, en la película, el sustituto de Shyamalan es, por supuesto, de piel blanca, ojos azules y pelo rubio alborotado, lo cual da cuenta de la diversidad en el cine independiente.

De hecho, Miramax había recorrido un largo camino desde que Harvey quiso estrenar *Priest* en Viernes Santo, y a los ejecutivos no sólo les preocupaba que la historia fuese una tontería, sino también, y lo que era peor, una blasfemia que pudiese alborotar a los perros guardianes de la Iglesia: era mejor dejarlos dormir. La solución podía ser reemplazar a Dios por un jerarca más modesto, y así fue que pusieron a un ángel, haciendo caso omiso de las objeciones de Shyamalan. El ejecutivo, orgulloso de la solución encontrada, le dijo a la pandilla de *54*: «¿Lo veis? ¿No es fabuloso? Hemos conservado la esencia de su película.»

Shyamalan no tardó en volverse impopular por tratar con condescendencia a la gente de Miramax. Incluso entonces, sin un éxito en su haber, Shyamalan se comportó de manera arrogante y terca. Para ellos, la actitud del director era: «Soy Steven Spielberg y esto es sólo una parada en mi viaje; pienso pasar por encima de todos vosotros. Ahora mismo estoy escribiendo el guión de una película que se llamará *El sexto sentido,* una película que recaudará cien millones. Ése es el asunto que me interesa.» Los Weinstein le devolvieron el favor: «Lo trataron peor que a un trapo», dice una fuente. Cuando Harvey y Bob vieron por primera vez *Los primeros amigos* en la sala de proyecciones de Tribeca, Bob –según Paul Webster, ex jefe de producción de Miramax– le dijo al joven director: «No veo manera de salvar esta película.» Harvey, por su parte, «hizo llorar a Night. Lo destrozó delante de todo el mundo».

Como era su costumbre, los Weinstein recortaron el presupuesto más allá de lo razonable, atormentaron a Shyamalan por haberlo excedido, y luego, cuando se cumplió la más que obvia profecía,

gastaron un montón de dinero en posproducción, permitiendo que Harvey sacara sus músculos de productor. Añade Lechner: «Hicieron un corte tras otro, volvieron a filmar muchísimas tomas, a componer nuevos temas para la banda sonora y a incluir nuevos diálogos, pero esa película estaba jodida desde el primer día. No era un buen guión, no era una buena película, y se podrían haber pasado diez años tratando de arreglarla sin conseguir mejorarla.» Dice Joe Roth: «Harvey se puso a montarla a espaldas del director. Shyamalan pasó una época horrorosa.»

Rosie O'Donnell tenía un pequeño papel de monja. Su programa televisivo llegó a ser todo un éxito durante la maratón de la posproducción; a la actriz, que estaba en el candelero, le encantaban el director y la película. Shyamalan llamó a Donnell y le dijo: «Ayúdame.» Dirigiéndose por el teléfono manos libres a Harvey, a Shyamalan, Poster, Cathy Konrad –una de las productoras– y a otras personas congregadas en la sala de reuniones de Tribeca, O'Donnell les dijo: «Mira, Harvey, no puedes aplastar a este pobre director, tienes que saber vivir con lo que haces. No quiero que estrenes la película a menos que estrenes la versión de Night. Es un artista, y yo también soy una artista. Tú sólo eres el que vende la película.» O'Donnell no pretendió ser insultante, pero sin darse cuenta apretó el botón «somosproductores-y-no-sólo-distribuidores». Dice Konrad: «En esos momentos se vio el humo que empezaba a salirle a Harvey por las orejas. Estalló, literalmente; perdió la cabeza.» Tal como recuerdan un par de personas reunidas en aquella sala, Harvey se puso a rugir: «¿Qué dices? ¿Que eres artista? Tú sólo eres una jodida presentadora de un programa de entrevistas. Y deberías saberlo, puta, imbécil.» Recuerda Konrad: «Rosie se echó a llorar. Y yo dije: "Perdón, ¿Rosie O'Donnell está llorando?"» (Según una fuente, Harvey la llamó «cabrona» y «vaca». Dice Harvey: «Nunca usé la palabra "imbécil" y nunca dije "vaca".») Konrad recuerda que Harvey continuó en esa vena, que miró a los reunidos alrededor de la mesa y gritó: «No sabéis con quién estáis tratando. ¡Puedo coger vuestra película y meterla en un armario con un montón más para que nunca vea la puta luz del día! ¿Y sabéis por qué puedo hacerlo? Porque tengo muchísimo dinero. Por eso

vosotros me necesitáis más que yo a vosotros. Y os lo demostraré haciendo que un trabajo importante para vosotros permanezca invisible para todo el mundo.» Añade: «Fue descorazonador.» Después, por supuesto, empezaron a dar marcha atrás: que Harvey acababa de llegar de Londres, que tenía *jet-lag*, que no estaba preparado para esa llamada, etcétera, etcétera. Y Harvey envió flores, claro. Pero O'Donnell estaba furiosa: «Quiero que *Double Wish* –otro proyecto que tenía con los Weinstein– salga de Miramax. Iré a la tumba sin volver a dirigirles la palabra. No volveré a trabajar para ese hombre. Y no pienso promocionar esa película.» Naturalmente, no promocionar *Los primeros amigos* era una amenaza vacía de contenido porque Miramax la tiró a la basura; lo cual, de hecho, fue un servicio público. Y en lo que respecta al resto, como dice Konrad: «Todo el mundo ha vivido ese momento en que dicen que nunca volverá a hablarle a Harvey, que nunca más volverán a hacer nada con Miramax. Después, por supuesto, todos vuelven. Porque Harvey es inteligente, es un cinéfilo, sabe más de cine y de cómo hacer cine que la mayoría de la gente de Hollywood. Con Harvey siempre se tiene una relación de amor-odio.»

Varios años más tarde, cuando Joe Roth se hizo cargo de *El sexto sentido* en Disney, Harvey le dijo: «No puedes dejar que la dirija ese tío; acuérdate del trabajo espantoso que hizo en *Los primeros amigos.»* Con todo, Harvey lo había contratado para que le diera un repaso a *Alguien como tú*, su vehículo para Freddie Prinze. «Pensaba que estaba en buenas relaciones con él», dice Harvey. «Pero cuando *El sexto sentido* se convirtió en algo realmente grande, me hizo saber lo que pensaba. Yo le dije: "¿Por qué no le devolvemos el montaje original a *Los primeros amigos*? ¡Todas las escenas tal como tú las querías! Así podré enseñarte con lo que tuve que vérmelas." Shyamalan no quiso hacerlo.»

Dice Lechner: «Lo raro de estar en Miramax era tener en marcha al mismo tiempo películas como *El paciente inglés, Shakespeare in Love* y *El indomable Will Hunting*, en las que todo el mundo coincide en que la película no tiene dobleces y se permite que el director siga adelante y todo lo que Miramax hace contribuye a mejorarla y gana tropecientos millones de dólares. Pero, en última instancia, en

Miramax todos terminaban dedicando más tiempo a *Los primeros amigos, 54* y *Pasiones rotas*, que no se tocó en tres años.»

En realidad, parecía que casi todas las películas de 1998 constituían un problema. Aunque Harvey había pagado una fortuna por *Próxima parada Wonderland*, tuvo que ordenarle al director –Brad Anderson– que volviese a filmar el final. «Miramax te pasa por encima siempre que puede», dijo Anderson. «Yo nunca había pasado por nada parecido, pensaba que les vendías la película y eso era todo. Pero ellos la consideran un producto, y un producto tiene que rehacerse o modificarse con vistas a satisfacer las necesidades del consumidor. Tú eres sólo un obstáculo en su camino... Y por supuesto, no es eso lo que te cuentan cuando intentan comprarte la película. Siempre dicen: "Nos encanta."»

Mientras tanto, *Dogma*, el ataque de Kevin Smith a la Iglesia católica, se había convertido en una bomba de tiempo. Después del éxito de *Persiguiendo a Amy*, el director pensaba que era entonces o nunca. La película se rodó en Pittsburgh. Como a Anderson, a Smith le molestaba que Harvey no cumpliese una serie de promesas. «Bob no es ninguna tontería, pero Harvey hace que se te encoja el culo», dice el director. «Cuando leyó el guión dijo: "Vamos a hacer que la filme Roger Deakins, con fotografía de Vittorio Storaro; lo llamaré personalmente." Pero al final terminabas con Bob Yeoman, que es maravilloso, no con ellos. Te prometía las estrellas, la luna y el sol, y lo único que conseguías era un puñado de tierra, te sientes bastante bien y nunca te acuerdas de lo que te habían prometido, nunca reclamas el sol, la luna y las estrellas.»

Cuando Smith salió de la sala de montaje, presentó una versión de *Dogma* que duraba tres horas y veinte minutos. Según el director, Harvey dijo: «"Es fantástico, habéis hecho un trabajo fenomenal, pero creo que podemos quitarle unos diez minutos." Y nosotros dijimos: "Muy bien", y cortamos diez, quince minutos. Y Harvey: "Estupendo, avanza de puta madre, pero la verdad es que creo que podemos quitarle otros diez minutos." La redujimos a dos horas y ni siquiera se dio cuenta. Después quiso seguir adelante. Toda su teoría consistía en que una película tenía que poder proyectarse todas las

veces posibles en una sola noche. Con una hora y media podías tener dos pases. Y al final le dijimos: "No. Esto es lo que hay."

»"Os digo que cortéis cinco minutos más."

»"Harvey, ya no quedan cinco minutos; estamos muy cerca del hueso."

»"Pues no. Yo os digo que hay cinco minutos; deberías entrar ahí y hacer tu trabajo."

»"Mira, hay que dejar de cortar. Ya hemos cortado todo lo que hemos podido. Si nos haces cortar cinco minutos más, pienso ir a la prensa y gritar como un niño violado."

»"Muy bien", dijo, y no se habló más.»

Harvey trató a Smith y a Scott Mosier, su productor, mucho mejor que a chivos expiatorios como Christopher, Shyamalan, Anderson y demás. Smith era de la familia. *Clerks* era una de las últimas películas realmente independientes que Miramax había comprado. Dice Smith: «Siempre lees cosas acerca de gente que tiene experiencias horrendas con Miramax, choques de egos y mierdas por el estilo. *¿54*? Filmar y volver a filmar para terminar con una película que el director no reconoce como propia. Por lo que he visto, Harvey sólo le quita las películas a la gente por la que no siente ningún respeto. A nosotros nunca nos pasó nada así. Nunca perdió dinero con nosotros, con nosotros sólo ha salido ganando y nunca pasamos por una época de hostilidades ni dijimos: "Vete a la mierda, Harvey, aquí mandamos nosotros." Siempre admitimos que le hacemos caso al que tiene la pasta.»

Pero, si Smith le proporcionó a Harvey una manera de encauzar el Miramax de antaño, también le sirvió de recordatorio, advirtiéndole de cuánto había cambiado la empresa. *Dogma* era otra película que amenazaba con poner a Disney en un enfrentamiento con los grupos de presión católicos, prometiendo una vuelta a los viejos malos días de 1995, una época que tanto Disney como Miramax habían intentado superar. Recuerda Roth: «Yo le dije a Michael Eisner: "No veo esto igual que *Kids*; esto es una parodia, es una broma; son Ben, Matt y Chris Roth", pero Michael me dijo: "No puedo aguantar esta presión. Puede que tengas razón, pero no puedo correr ese riesgo."» Eisner llamó a Harvey y le dijo: «Si alguien deja de ir a

Disneylandia por culpa de esta película, será demasiado. No quiero que la estrenes.» Añade Rob Moore, ex director financiero de Disney: «A Harvey le quedó bien claro que surgiría un problema muy grande entre él y Michael si forzaba la cuestión, de modo que intentó quitarse el problema de encima. Al final tuvo que tratar con Kevin, Matt y Ben, que básicamente le dijeron: "Estamos en Miramax porque tú estás dispuesto a aceptar esta clase de riesgos. ¿Qué ocurre ahora?"»

Smith pensó que se trataba de una tormenta en un vaso de agua. Recuerda Harvey: «Kevin dijo: "¿Qué es lo que te preocupa?" Y yo le envié diez mil cartas que habían llegado a la oficina en camión.» Esas cartas lo hicieron cambiar de opinión. «Estábamos en medio de una tormenta de mierda, con toneladas de cartas que rezumaban odio», recuerda Smith. Una carta, de la «Coalición Hispánica de Guerreros Católicos», sirve de ejemplo. Decía, en parte: «Vosotros, judíos cabrones de Hollywood: Lo único que os interesa es el dinero, a cualquier precio. Os aconsejo que gastéis en chalecos antibala vuestros miles de millones de oro saqueado. Vamos a por vosotros; os juramos que de una manera u otra os encontraremos, en la oficina, en casa, en cualquier sitio en que os dejéis ver.» Prosigue Smith: «La Liga Católica fue directamente a por Disney. Ni siquiera se preocuparon por Miramax: por lo tanto, era muy fácil decir: Quiero alejarme de Disney todo lo posible. Porque ya no se trataba de nuestra película, se trataba de la polémica creada por la película. Nadie había visto un solo fotograma. *Dogma* era una patata caliente para todos lo que tenían algo que ver con ella.»

Huelga decir que ningún estudio estaba dispuesto a aceptar la película de Smith. «Teníamos a Matt y a Ben después de *El indomable Will Hunting,* una película que recaudó ciento veinticinco millones de dólares y con la que, además, ganaron el Oscar al mejor guión», prosigue Smith. «MGM la vio y pasó; lo mismo hicieron Columbia y Universal. Edgar Bronfman, Jr., también la vio y dijo: "No hay manera de estrenar esta película sin que bajen nuestras acciones." El malo invisible en todo esto es Blockbuster Video, porque ha convertido en imperativo no tener en sus estantes una sola película clasificada NC-17. Y cuando tienes una empresa que

controla el ochenta y cinco por ciento del negocio del vídeo, o quizá más, no es sencillo. Todas las distribuidoras que esperan ganar más dinero en el mercado secundario, o compensar lo que el filme no ganó en las salas, debe tener en cuenta ese punto.» Por supuesto, la moraleja de toda esta historia es que, cuando los estudios engullen a los independientes, se daña la clase de libertad que tanto estiman esos directores y sus distribuidores. «Independiente» pasó a significar «dependiente».

Quentin Tarantino nunca valoró *Jackie Brown* como debería haberlo hecho. Por el contrario, la película pareció decepcionarlo. En palabras de uno de sus amigos: «Quentin creía que había metido la pata hasta el fondo.» Como Madonna, sus antenas estaban siempre dirigidas hacia los indicios del *Zeitgeist*, vibraban con cada ligera vibración de la cultura. Aunque Tarantino siempre afirmó ser y comportarse como si hiciera sus películas exclusivamente para él mismo –negándose a adaptarlas para satisfacer los deseos de Weinstein o los comentarios garabateados en las fichas de los preestrenos–, esta vez sintió que había decepcionado a sus fans. Puede decirse que el director supo por primera vez qué es una mala crítica. De repente leía frases como «el peligrosamente quemado Quentin Tarantino» y pensaba: Sois vosotros los cabrones que me habéis quemado. «Me harté de la manera como los periodistas, especialmente en un perfil, te matan con sus adjetivos», dice el director. «[Tarantino] "avanzaba torpemente" por la habitación. "Gesticulando como un loco." "Maníaco." Esos adjetivos son pataditas en el culo. Después de sufrir todos los años de estudiante, la mayoría de adultos viven su vida y nunca tiene que oír ni leer a nadie que se divierte a costa de ellos. Eso es algo que oficialmente ya no forma parte de tu vida. De repente tomé conciencia de qué es lo que hace que yo sea yo. Oía que la gente decía cosas como: "Es un bocazas" o "Cierra el pico, jefe." Pero eso fue lo que me hizo

famoso. Empecé a sentirme como una piñata. ¿Tuve una reacción exagerada tal vez? Que os den por culo a todos.

»En aquellos días me había picado muy fuerte el gusanillo de actuar», prosigue Tarantino. «Me reconcomía por dentro por no haber interpretado ningún papel en *Jackie Brown.*» Poco después del estreno de la película, el director Leonard Foglia se acercó a Tarantino para plantearle la posibilidad de hacer una reposición de *Wait Until Dark*,* en Broadway, ofreciéndole el papel de un matón que aterroriza a una ciega, papel que interpretaría Marisa Tomei. Aunque no había hecho teatro de verdad desde la adolescencia, época en que sólo hizo un poquito, Tarantino aceptó al instante. La obra se estrenó la primera semana de abril de 1998 con unas críticas demoledoras. Fue Tarantino, en particular, el que salió peor parado. Desollado vivo, destripado. Comparó esas críticas con la tortura de ser atado a un carro y arrastrado por la ciudad mientras todo el pueblo fustiga al reo a latigazos.

En el mejor de los casos, a Tarantino no le gustaban las críticas, ni siquiera las cordiales y constructivas. En palabras de uno de sus amigos: «Quentin te necesita para que trates con él como si fuera un club de fans, no le gustan las negativas. Tiene esa típica enfermedad americana en la que todo ha de tener un giro positivo.» Sin embargo, las reseñas de *Wait Until Dark* fueron crueles. «Fue duro», prosigue Tarantino. «Fue la mañana siguiente a la noche del estreno; en Nueva York casi todo el mundo lee el *New York Times*. La gente abre el *New York Times* y ahí salgo yo. Me ven. A mí. Soy el actor cuya interpretación es desastrosa. Uno intenta no tomárselo personalmente, pero es personal.»

Pero las críticas fueron tan malas que, en privado, Tarantino comenzó a preguntarse si no había sido una tontería trabajar en esa pieza. Años más tarde, en el plató de *Kill Bill*, sacó a colación el tema ante David Carradine, que interpreta a Bill y que, por casualidad, había visto *Wait Until Dark*. «Dime la verdad», le dijo Tarantino. «No te cortes. ¿Tengo lo que hace falta para triunfar en Broadway?» El actor contestó con una evasiva: «Creo que fue muy valiente de tu parte, pero hay algo que quería decirte.»

«¿Qué?»

«¿Por qué quieres pavonearte en un escenario delante de un puñado de señoras con el pelo teñido de azul que han llegado a Broadway en autocar? Porque eso es Broadway. Lo tuyo es hacer películas que hagan alucinar a la gente. ¿Qué podías sacar de eso en comparación con lo otro?»

Dice Uma Thurman, protagonista de *Kill Bill*: «Con Quentin nunca hay que olvidar que él quería ser actor. Si alguien le pedía que actuase en algo mientras preparaba *Kill Bill*, lo dejaba todo para ir a actuar. No era su trabajo como director de cine lo que marcaba su agenda. Le interesaba mucho más un papel de actor invitado en *Alias.*»

Dice un amigo: «Una parte de él comprendía que había hecho algo mal. No se pasa de hacer papelitos en tus películas a que alguien, de repente, se aproveche de ti –aunque Quentin se hubiera apuntadoy te dé el protagonista de una pieza de Broadway. Eso fue algo horrible. Quentin parece un niño, comparte sus entusiasmos, desborda entusiasmo, confía en la gente, se abre y prueba cosas; luego se quema y se retira. Quedó traumatizado por ese sonoro ataque de los críticos de Nueva York. Y cayó en picado, se asustó. En ese sentido puede decirse que es un tipo muy herido.»

Tarantino había alquilado un apartamento en Greenwich Village para el tiempo que la pieza durase en cartel, pero cuando descubrió que ni siquiera podía dar una vuelta en paz por el barrio, les pidió consejo a Thurman y Robert De Niro. El actor le dijo: «Ponte una gorra de béisbol y gafas de sol. Nadie te reconocerá.»

«Eso no me vale», dijo Tarantino. «Con gorro de béisbol parezco yo. No soy tan famoso, soy reconocible. Si sabes qué aspecto tengo, me reconocerás cuando me veas.» Y a Thurman se le quejó: «Si doy un paseo por el barrio, después de la nueve, no paran de acosarme.»

«Quentin, tú querías esto», le dijo la actriz, no muy comprensiva. «¡Sal a pasear a las ocho!»

Scott Greenstein seguía en la cresta de la ola tras el éxito de *Camino al cielo*. Tenía un trato con Albert Brooks para *La musa,* por quince millones, una película de presupuesto modesto con Angelina Jolie. Greenstein insistió en que la protagonista fuese Sharon Stone. Si Harvey había hecho un trato con Stone, él también la quería. Aun cuando la actriz rebajó su salario, Stone –junto con Andie MacDowell y Elton John– hicieron que el presupuesto subiese de ocho a veintitrés millones. Casi de la noche a la mañana, *La musa* pasó de ser una película ligeramente divertida de Brooks, un producto que casi garantizaba la recuperación de lo invertido partiendo con veinte millones en ventas al extranjero, a ser un vehículo ni siquiera lo bastante gracioso para Sharon Stone y con unas pérdidas casi garantizadas. Schmidt y Ray se miraron. Con espíritu travieso, habían improvisado para la ocasión una cancioncilla, con la música de «Fugue for Tinhorns», de *Ellos y ellas,* que decía más o menos así: «Tengo una película / muy clara en la cabeza. / No costará una fortuna / *La musa* no puede perder. Pero llega Albert B / a reunirse con Scottie / y de pronto se gastan veintitrés kilos... Nuestro hombre dice que no puede perder / y llama nada menos que a Sharon Stone. / ¿Veintitrés millones? / No puede perder. Nuesto hombre dice que no puede perder.» Y así hasta la saciedad.

Si ya era malo, el ambiente en los despachos de October se volvió irrespirable. De repente se cerraron puertas que siempre habían estado abiertas. Los gritos atravesaban las paredes. Los empleados decían: «Papá y mamá han vuelto a discutir.» Ray sentía que la empresa se le escapaba de las manos y se sentía impotente para detenerla. Y pensó: Estoy perdiendo y sé que estoy perdiendo, pero no sé qué hacer al respecto. Un día se encontró casualmente con Amir Malin en un centro comercial de Toronto cuando los dos asistieron al festival de cine de esa ciudad. Malin, en la escalera mecánica, se dirigía a la planta superior; Ray bajaba al aparcamiento, en la escalera de al lado, cabreado por algo que Malin había dicho en la revista *Premiere*. Al pasar a su lado, le gritó: «Vete a la mierda, mamón», y lo mandó a tomar por culo con el dedo. Por lo general, la gente de la industria del cine es grosera cuando asciende. Pero aquí tenemos a Bingham Ray en descenso. Más

tarde, mientras su situación en October seguía deteriorándose, no se le escapó la ironía.

En October no había secretos. Todos hablaban con todos y le decían a todos lo que se rumoreaba por ahí. Greenstein hablaba con Chris McGurk casi todos los días y decía cosas como: «Ray no es un hombre de negocios. No quiere hacer dinero, él quiere hacer películas de arte en danés. Es imposible que este tío dé un paso al frente y piense comercialmente.» En cuanto Greenstein colgaba, Ray llamaba para quejarse de que era un ignorante al que le importaba un carajo el cine independiente.

Según una fuente, Greenstein quería que Ray estuviera a sus órdenes; más tarde instó abiertamente a McGurk a que se deshiciese de su socio. Pero McGurk no iba a quitarse de encima a Ray de ninguna manera. «Bingham era la esencia creativa de October Films», dice. «Ibas a Cannes con él, dabas un paseo y él ahí, con sus bermudas. La gente se asomaba a los balcones.»

No quiere decir esto que McGurk sólo pensara en October. Universal atravesaba como podía una de las peores rachas de la memoria reciente, un virtual Valle de la Muerte de posibles éxitos, quemado por el sol y plagado de águilas ratoneras. Dice Dennis Rice, ex jefe de márketing de October: «Un desastre tras otro hicieron que October pasase a ser el grano en el culo del elefante. McGurk tenía el culo ya bastante quemado, y tuvo que contestar una llamada de Bingham, que se quejaba porque queríamos un anuncio de ciento cinco centímetros en lugar de uno de cincuenta y dos.» McGurk le contestó gritando: «No tengo tiempo para esto, Bingham. ¡Arréglalo! Me importa una mierda, así que basta de estupideces. Te estás quejando de Scott y él sólo lleva un año allí. ¿No tienes nada mejor que hacer? ¿No piensas hacer tu trabajo? ¡No llames!» McGurk, más que jefe de estudio, se sentía terapeuta. Recuerda Ray: «Chris se comportó como si yo fuese Chicken Little, un negativo; no un compañero de equipo, sino un tipo con ideas anticuadas. Scott y John representaban lo nuevo.» Al final, McGurk dejó de contestar sus llamadas.

A medida que pasaban los meses, mientras septiembre cedía el paso a octubre y octubre a noviembre, Ray empezó a llegar a su

despacho cada día más tarde. Se encerraba en su oficina a fumar un cigarrillo tras otro, con Grateful Dead a un volumen tan atronador que prácticamente hacía caer la pintura de las paredes. Siempre nervioso, se convirtió en un quejica. Recuerda Ray: «Fue la época más dolorosa que he vivido en este negocio.» Seguía bebiendo demasiado, martinis con vodka Absolut, y escocés de malta solo. «Estaba estresado más allá de lo creíble», recuerda Ray. «Empecé a ir a un terapeuta.»

Entretanto, los nubarrones empezaron a cubrir el horizonte. Se tomaban decisiones en salas de juntas distantes que no tenían nada que ver directamente con October, pero que afectaban a su futuro. En 1998, Edgar Bronfman, Jr., había comprado PolyGram por 10.600 millones, asumiendo una pesada deuda. Con la división de largometrajes de Universal desangrándose, puso los hóldings cinematográficos de PolyGram en el paquete, y también a Gramercy, su departamento de cine especializado. Greenstein siempre estaba dejando caer alusiones misteriosas, diciéndoles a sus favoritos: «Se está cociendo algo, no puedo deciros nada. Pero quedaos ahí, las cosas saldrán bien, no os preocupéis. Estáis en plena forma y hacéis un gran trabajo.»

Luego, la tercera semana de diciembre de 1998, Greenstein entró en el despacho de Schmidt y dijo: «Tengo una noticia buena y otra mala. La buena es que Barry Diller quiere comprar October; la mala es que quiere que la dirija yo.» Schmidt quedó atónito. Greenstein le pidió que no se lo dijese a nadie, mucho menos a Ray. Schmidt le contestó: «¿Qué quiere decir que no se lo cuente a nadie? En primer lugar, no olvides que tienes socios; segundo, tienes una junta: Universal y los accionistas. Es ridículo.» Y entró como un rayo en el despacho de Ray, exclamando: «Barry Diller ha hecho una oferta. Quiere comprar October y que la lleve Scott. Y también nos quiere a nosotros. Pero yo no pienso trabajar para Scott y ya sé cuál va a ser tu respuesta. Aunque... si se trata de una oferta seria para la empresa, tenemos que ver cómo se resuelve.» Pasmado, Ray miró a Schmidt y preguntó: «¿Qué dices? ¿Cómo se ha llegado a esto? A mí no me huele bien. ¿Por qué iba a pensar alguien en esta puta tierra que yo, en ninguna circunstancia, voy a ponerme a las órdenes de

ese tipo? Eso no va a ocurrir nunca. Si no tuviera ningún otro empleo, ningún otro recurso, si no tuviera nada... y con lo tonto que soy, tendría que ser más tonto que yo para hacerlo.» Ray llamó a McGurk y le dijo: «¿Qué coño está pasando?» A McGurk también la noticia lo pillaba por sorpresa; Greenstein no le había dicho nada. Ahora añade Donna Gigliotti, que pronto comenzó a trabajar para Greenstein: «McGurk lo odia. Echa pestes cuando le mencionan el nombre de Scott.»

Greenstein tenía problemas de sobrepeso y, según una fuente cercana a él, tenía la costumbre de dar largas caminatas. Fue durante uno de esos paseos cuando se encontró por casualidad con Diller, a quien le dijo: «Hola, ¿qué tal? Soy de October, estamos lejanamente emparentados. Tengo ganas de vender *Camino al cielo* en la HSN,* pienso que tendría un gran atractivo para la clase obrera.» A Diller le pareció una buena idea y ambos entablaron una relación. Diller llamó a Greenstein desde una reunión con Blockbuster celebrada en Dallas: «¿Te interesaría que comprase October?» Luego, Greenstein fue a ver a Schmidt y le dijo: «Tenemos que tratar este asunto.»

Entre la Navidad y el día de Año Nuevo de 1999, Schmidt y su mujer, Wendy, junto con McGurk y Jamie, su esposa, se reunieron a cenar en casa de Bingham Ray, en Mount Kisco. El ambiente era festivo, con arbolito y niños corriendo por todos los rincones. Los McGurk llevaron de regalo una bonita cubitera de cristal. Según Schmidt, McGurk, afligido, dijo: «He cometido un error. Meter a Scott fue lo peor que podía haber hecho. Es un oportunista, un traidor. Las ambiciones de Schmidt hacen palidecer las de Amir. Quiere dirigir la empresa.» Nadie podía explicarse por qué razón Diller quería comprar October, ni qué imaginaba Diller que estaba comprando. Tampoco creían que Greenstein se hubiera encontrado con Diller por casualidad. Dice Schmidt: «Creo que pudieron encontrarse en la calle, pero supongo una de dos cosas: que Scott se pasó quizá unas tres semanas esperando en esa esquina hasta que vio pasar a Diller, o que realmente tropezó con él y aprovechó la oportunidad para decirle:

"Déjame que te acompañe y te diga una cosa." En cualquier caso, estaba esperando la ocasión de montárselo, cosa que muy probablemente viene haciendo desde el primer día.» Para él, daba lo mismo que Greenstein le hubiese sugerido a Diller que comprase October o al revés. «Una sociedad en toda regla implica sentarse a la mesa con tus socios y discutir: "Mirad, tenemos una posible oferta. ¿Debemos considerarla?" A menos que uno quiera ascender a expensas de los demás.» Según el propio Diller: «Puede ser un bulo que nos hayamos encontrado casualmente en la calle. No recuerdo que Greenstein me dijera nada de *Camino al cielo* y la HSN. Puede que me dijera algo, pero parece improbable; es una idea muy, muy rara. Sin embargo, yo deseaba comprar una compañía de cine, porque la parte TV de USA necesitaba productos. Había oído hablar de Scott. Le pedí que viniese a verme y comenzamos a estudiar la compra de la empresa, porque era algo que en cierto modo estaba implosionando. Puede que fueran los de Allen & Co. los que nos dieron la idea, no Scott –no lo recuerdo–, pero él era un tipo brillante y con una energía increíble. Era capaz de ir a cualquier parte, de derribar todas las barreras, de llamar a quien fuera, de hacer cualquier cosa, y eso es algo que admiro. Decidimos apoyarlo a él y no a Bingham Ray.»

Fuese como fuese, durante esa cena Ray se las ingenió para convencer a McGurk y a Schmidt. Todos comprendieron que tendrían que luchar. Contaban, incluso, con el apoyo de Malin, que seguía siendo socio aunque se hubiera pasado a Artisan. «Cuando Scott vendió la empresa por debajo de Bingham y John, me puse del lado de éstos», dice Malin. «Llamé a John y le dije: "No me huele bien; tú y Bingham podéis votar por mí lo que os parezca correcto."»

Recuerda Schmidt: «Todos nos fuimos de esa cena reafirmando los puntos de los que estábamos profundamente convencidos en cuanto a la clase de empresa que queríamos tener, la moral de la empresa, lo que defiende, cómo tratar a la gente, la amistad, la lealtad, cosas que en el balance cuentan más que trabajar por tres cuartos de millón al año para Barry Diller. Yo habría sido el director general de operaciones o el director de la nueva empresa, y Bingham el jefe de su propio departamento. Ése era un futuro que

básicamente descartamos esa noche, un futuro con seguridad para nuestras familias y la posibilidad de seguir haciendo lo que hacíamos, pero las cosas no salieron así. Scott hizo algo que a mí me pareció deshonroso. No se deja uno mandar por un tipo como Greenstein, mucho menos teniendo en cuenta de dónde venía. Ésa era una postura éticamente intolerable.»

En enero, Diller ofreció veinte millones por October, con un par de cientos de miles de dólares para Ray y Schmidt después de siete u ocho años en la empresa. Para los socios, esa oferta fue un insulto. Ninguno de los socios minoritarios pensó que se trataba de un buena oferta, pero les daba miedo rechazarla, decirle que no a Diller, el amigo de Bronfman, y ponerlo en una situación embarazosa. No obstante, la rechazaron. Al parecer, Greenstein no se había dado cuenta de que los accionistas minoritarios tenían el poder de vetar la venta; durante un tiempo dio la impresión de haber forzado la mano. Estuvo a punto de tener que vaciar su despacho. Entraba al despacho de Schmidt y decía: «¿No podemos idear algo?» Ray, que en su cabeza llevaba *El padrino* grabado a fuego, se veía incómodamente sentado a una mesa con mantel a cuadros de Sollozzo, esperando que de un instante a otro lo liquidasen de un disparo, en el momento en que de repente el hombre dice: «¿Por qué estás preocupado? El perseguido soy yo.» Pero lo que no podía entender era si él era Virgil Sollozzo, el Turco, o Michael Corleone.

Con todo, aunque de momento Greenstein estaba controlado, el destino de October seguía en la cuerda floja. Ray y Schmidt intentaron seguir trabajando como de costumbre. Sabían que probablemente Bronfman encontraría una forma de vender su compañía y que tenían que encontrar un aliado financiero. «Una vez que empiezas a jugar, las alarmas se disparan. ¡Muere! ¡Muere!» Dice Ray: «Estábamos muy apremiados porque la empresa se debilitó por culpa de toda esa actividad. Hasta el idiota de Bingham lo entendió. No obstante, fuimos a Sundance.»

«Miramax es brillante cuando se trata de dar publicidad a sus éxitos, pero es más brillante aún enterrando sus fracasos», señala Dennis Rice. Muchas películas con títulos cambiados una, dos y hasta tres veces, salieron de puntillas en vídeo y también, posiblemente, en televisión por cable. La compañía estrenaba, medio estrenaba o enviaba directamente a cable o vídeo una serie de películas de bajo nivel y absolutos desastres, incluidos no solamente *54, Velvet Goldmine, Próxima parada Wonderland, Los primeros amigos* y *Pasiones rotas*, sino también *A Price Above Rubies, Martha conoce a Frank, Daniel y Laurence* (estrenada como *The Very Thought of You)* y *The Wisdom of Crocodiles* (protagonizada por Jude Law y estrenada como *Immortality)*, etcétera, etcétera.

Algunas de estas películas eran producciones caseras desarrolladas en Miramax; algunas eran compradas, pero eso no parecía tener mucha importancia. Un buen ejemplo es la triste historia de *The Hairy Bird*, al menos ése era el título que Sarah Kernochan, guionista y directora, eligió para su película (una película que al final terminó teniendo tres títulos). Kernochan, una rubia alta y muy desenvuelta, está casada con el dramaturgo James Lapine. Había ganado un Oscar por la coproducción de *Marjoe*, uno de los grandes documentales de los años setenta, la historia de un predicador joven y carismático. (En 2002 ganó otra estatuilla por un cortometraje documental titulado *Thoth.)* Luego se dedicó a escribir guiones. «Estaba al final de la lista A o en el primer puesto de la lista B», dice Kernochan, autora también del excelente guión de *Pasiones privadas de una mujer,* dirigida por su marido y protagonizada por Judy Davis y Hugh Grant. También había escrito para Tom Cruise y Steven Spielberg, que le pasó uno de sus guiones a Robert Zemeckis, quien lo filmó con el título *What Lies Beneath*, película en la que Kernochan obtuvo un crédito. Recuerda la guionista: «No me faltaba trabajo. Siempre estaba rechazando ofertas.»

En su adolescencia, Kernochan había estudiado en Rosemary Hall, un exclusivo colegio femenino de Wallingford, Connecticut, posteriormente absorbido por Choate. En una reunión a finales de los años ochenta, Kernochan les dijo a sus antiguas compañeras de estudios: «Voy a hacer una película sobre nosotras, para nuestras

hijas.» La guionista pensaba que de esa manera tendría la oportunidad de dirigir, además de escribir. Terminó el guión en 1990, y tras cinco borradores, se sintió dispuesta a hacerlo circular.

The Hairy Bird es una tentativa de capturar la vida secreta de las adolescentes en ese momento huidizo y combustible en el que experimentan la triple colisión entre el subidón hormonal, su propia sensación de *empowerment* y las inminentes constricciones del mundo adulto. O, como lo expresó una vez sucintamente Kernochan, la película trata de «la incursión del pene en la vida de las jovencitas». Inspirándose en su experiencia, Kernochan creó una película vívida y aguda sobre los altibajos de la vida en un colegio secundario privado femenino, hecha con la astucia de alguien que lo ha vivido desde dentro. Mientras el colegio de Miss Godard lucha contra la absorción por parte de St. Ambrose, el cercano colegio masculino, sus personajes trascienden las circunstancias privilegiadas de americanos medios. El guión teje un improbable tapiz de idealismo y realismo escabroso, y en el proceso aborda hábilmente cuestiones como la familia, la clase social, la adolescencia y la educación, sin permitir que ninguna de ellas torpedee el animado argumento. El título procede de una conversación entre dos de las jóvenes, en la que una de ellas confiesa: «Quiero ser una ex virgen.» La otra pregunta: «¿Qué has estado haciendo con Dennis todo el rato? ¿Follando vestidos?» La primera responde: «No. ¡Me he comido el pájaro peludo!», lo cual quiere decir, por supuesto, que le hizo una mamada a su novio.

Kernochan finalmente pudo contactar con Ira Deutchman, que se había asociado con el productor Peter Newman para formar un equipo llamado Redeemable Pictures. Deutchman y Newman convencieron a Atlantic Alliance, una empresa canadiense con tratos tanto con Miramax como con New Line, para que financiara la película. Kernochan puso en el reparto a Gaby Hoffmann, Kirsten Dunst, Heather Matarazzo y Rachael Leigh Cook, todas ellas virtuales desconocidas en aquel momento; a Lynn Redgrave le reservó el papel de directora del colegio.

The Hairy Bird se rodó en Toronto en el verano de 1997; Kernochan pudo ajustarse a un modesto presupuesto de 1,5

millones de dólares. Alliance pensó que tendría una película comercial; la directora estaba encantada. En noviembre de 1997, Harvey, hizo una de sus visitas periódicas a Toronto, al plató de *54*, que empezó a filmarse una vez terminado el rodaje de *The Hairy Bird*. Mientras estaba en la ciudad, compró *eXistenZ*, de David Cronenberg, con Jennifer Jason Leigh y Jude Law. Es posible que en el último momento se le ocurriese comprar también *The Hairy Bird*, por 3,5 millones. Puede que Alliance le proyectase el quinto carrete, con las escenas de borracheras, vomiteras, sexo y los torpes intentos de hacer el amor durante un baile que el colegio ofrece a los chicos de St. Ambrose. Justo cuando Harvey veía *54* y pensaba en *Fiebre del sábado noche*, probablemente también vio *The Hairy Bird* pensando en *Porky's*.

«Yo daba botes», recuerda Kernochan. «Soy miembro de la Academia, por lo tanto todos los años estoy del lado receptor de la campaña de Miramax por los Oscar. Admiraba cómo se chuleaban entre ellos para llamar la atención de la gente; yo estaba de su lado. Porque la verdad es que a ningún guionista le gustan los grandes estudios, y yo pensaba que independencia significa lo que dice, "independencia". Y Miramax, sin duda alguna, era el rey de los independientes.» No importaba que Harvey hubiese reducido más del doble el presupuesto de la película. No obstante, a Kernochan no se le escapó que Deutchman y Newman no parecían exultar de alegría. No se atrevían a mirarla a la cara, y la directora pudo observar que estaban armándose de valor; contra qué era algo que ella no sabía. Kernochan dijo: «¿Qué os pasa, chicos?» Y le contestaron al unísono: «Ya veremos qué pasa.»

Lo que pasó fue que Harvey insistió en organizar una proyección de prueba en un centro comercial de Mountainside, Nueva Jersey. Nerviosa, Kernochan llegó a la sala antes que Weinstein, al que todavía no conocía personalmente. Cuando Harvey bajó finalmente de una limusina, seguido por su equipo de márketing, ya era tarde, pero de alguna manera se las había ingeniado para comprar un cubo gigante de palomitas y entró metiéndose puñados en la boca mientras los productores trataban de presentarle a la directora, diciendo: «Harvey, ésta es Sarah Kernochan, la directora.» Harvey

pasó a su lado sin dignarse mirarla, diciendo: «Vamos, vamos, entremos.»

Al finalizar la proyección, mientras pululaban multitudes de habitantes de los barrios residenciales de Nueva Jersey, Harvey le dio la espalda y se acercó a su equipo de márketing. Éste es el procedimiento estándar. Antes de que el distribuidor le dé jabón al director, sondea a sus empleados y les saca las cifras, que, en este caso, no fueron buenas. Harvey se puso a lerle la cartilla a Robert Lantos, jefe de Alliance, al ejecutivo Andreas Hamori, y también a Deutchman y a Newman sobre todos los cambios que tendrían que hacer. Cuando terminó, dijo: «Ha estado bien. Nos reuniremos mañana y seguiremos hablando, y cuando le hayamos quitado entre ocho y diez minutos, va a ser una auténtica conmoción. ¿Os va bien a las nueve de la mañana?» Harvey seguía dándole la espalda a Kernochan, que por contrato tenía derecho al montaje definitivo. La directora, tranquila, dijo: «Sí, y tengo mucha curiosidad por enterarme de esos cambios que tendremos que hacer. No sé dónde has visto esos ocho o diez minutos que hay que cortar.» Tras lo cual Harvey dio media vuelta, morado como una berenjena, y gritó: «¡Vete a la mierda!» Echando espuma por la boca, añadió: «Muy bien; si no quieres salir ganando como han salido ganando –y lanzó una serie de nombres de directores–, entonces, que te jodan. No necesito esta película, soy un hombre rico, ya tengo bastante dinero. Vosotros, los directores, sois los últimos a los que habría que consultar sobre cómo comercializar una película. No sabéis nada. Nosotros sí sabemos, somos los expertos, ¡por eso la gente me paga tanta pasta!»

Kernochan se sintió como si la hubiese atropellado un camión, y cuando Harvey vio que la directora miraba a Deutchman y Newman como pidiéndoles socorro, gritó: «No mires a tus productores, ¡te indemnizarán!» Luego, señalándolos, añadió, también a voz en cuello: «Y puede que vosotros estéis dispuestos a hacerlo por estos directores, pero yo no. Por eso a mí me va tan bien y a vosotros no. Soy tan asquerosamente rico y... ¿sabéis una cosa? Ahora soy el dueño de vuestra película.» Y por si acaso alguien se sentía excluido, Harvey se volvió hacia Lantos y Hamori y siguió gritando: «¿No

queréis jugar a la pelota conmigo? Entonces la pasaré por televisión. Porque esta película no es más que otro telefilme canadiense. ¡Te veré en la tele, Robert!» Y se marchó hecho un basilisco.

Recuerda Kernochan: «Me quedé estupefacta. Ese hombre ni me saludó, ni me demostró ningún respeto, ni siquiera advirtió mi presencia. ¡Y se trataba de mi película! Y él ni tan sólo era el productor, únicamente el distribuidor norteamericano. Los canadienses y Peter e Ira se quedaron totalmente callados. Nadie salió en mi defensa.»

A la mañana siguiente se encontraron para desayunar en el Hotel Stanhope, frente al Metropolitan Museum of Art. Kernochan no había dormido. Recuerda: «Me aterrorizaba la idea de tener que vernos las caras. Cuando lo veía, se me retorcía el estómago.» Todo el mundo fumaba puros, y Kernochan era alérgica, pero, con espíritu conciliatorio –«como si hubiera hecho algo mal»–, le prometió cooperación. Harvey se disculpó efusivamente. Le envió flores y le dijo: «Lo siento, sólo es una costumbre mía, algo terrible. Me he esforzado para que no vuelva a ocurrirme pero... Te ruego que me disculpes... No te lo tomes como una cosa personal, lo hago con todo el mundo, menos con Quentin Tarantino. Si lo hago es porque me apasiona el cine.» Dice James Ivory: «Le apasionan las películas como a un perro las salchichas. Harvey tiene un hambre canina cuando se trata de despiezar sus propias películas.» Añade alguien cercano a *The Hairy Bird*: «Ésa es siempre su excusa. "Puedo haber mentido, puedo haber matado a uno de tus hijos, puedo haber secuestrado un avión, ¡pero es porque me apasiona el cine!" Enajenación mental temporal. Es parte de sus técnicas de manipulación. Intenta que la gente se cague de miedo, y al día siguiente, envía flores.» Prosigue esta fuente: «Una vez incluso se presentó de improviso la niñera de Harvey, con la hija pequeña, para ofrecernos un breve momento de "Te quiero mucho, cielo, papá está contigo", antes de que la echara. Era Harvey auténtico: cálido, sentimental, espontáneo. Por otra parte, parecía una escena de una película, con un guión hecho a propósito para que Harvey pareciese humano. Una cosa o las dos a la vez, no hay manera de saberlo.»

Durante el desayuno, Weinstein, encantador, le dijo a la directora

todo lo que ella deseaba oír: «Tu película es realmente atractiva para los adolescentes, pero tiene clase, tiene mensaje. Tendrá un verdadero efecto en las chicas de esa edad.» A Kernochan le emocionó que Harvey hubiese «entendido» la película, y escuchó embelesada mientras él se iba aficionando a su tema de conversación: «Esta película será estupenda. La estrenaré en cientos de salas, ¡en mil seiscientas salas!»

El mantra de Kernochan era: «Harvey no es mi enemigo, es mi maestro», y se lo repetía varias veces al día. Durante los meses que siguieron, distribuidor y directora intercambiaron una larga serie de faxes que dejaron claro que Weinstein prestaba minuciosa atención a la película y que supervisaba cada corte que se hacía. El protocolo de estas comunicaciones conllevaba una serie de nada sinceros elogios mutuos, seguidos por insistentes peticiones de cortes por parte de Harvey y de restituciones por parte de Kernochan. Los cambios que Harvey quería no se limitaban en absoluto al ritmo. Quería cambiar la esencia de la película, volverla a montar para adaptarla a una concreta capa social. Un día dijo: «Tenemos que atraer también a los varones jóvenes porque el público femenino no es bastante amplio.» La directora protestó: «Pero esta película está escrita para chicas. Y puse bastante ropa interior interesante para que también se diviertan los chicos.» Añade Kernochan: «Aunque afirmó que las proyecciones de prueba no lo eran todo, para ellos sí eran lo más importante. A Harvey le encanta ver cómo van subiendo las notas. Está enganchado a las cifras, casi como un jugador.» Pero, como las calificaciones no mejoraron, quedó claro que los arreglos de Miramax no funcionaban.

Al final, Kernochan vio con claridad que Harvey empezaba a perder el interés. Cada vez tardaba más en contestar los faxes –a veces incluso un mes–, aunque seguía pidiendo cambios y más cortes. Parecía como si se adelantara a cada una de las decisiones que la directora tomaba respecto del montaje, como si quisiera rehacer vicariamente la película por intermedio de ella. Dice Kernochan: «A Harvey no le basta con ser un gran distribuidor. Ahora piensa que es un gran productor. Se ve al estilo de David O. Selznick, quiere entrometerse en cada decisión. Quiere ser el autor.»

De hecho, *Playing for Keeps* no había hecho nada para apagar los ardientes deseos de dirigir de Harvey. (En un artículo aparecido en el *New York Times* en 2001, confesó que quería dirigir una novela de Leon Uris titulada *Mila 18.)* Como mínimo, se ve a sí mismo como socio del director. En un fax enviado a Kernochan el 19 de febrero de 1998, Harvey escribió: «Casi todas las películas que llevan la insignia de Miramax son el resultado de un esfuerzo de colaboración de los directores, yo mismo, el equipo de márketing, etc.» Se quejaba de que nunca tenía ningún crédito por su aportación. «Nuestro trabajo es siempre anónimo... y casi nunca reconocido.» Harvey estaba en un aprieto. Públicamente, tenía que respetar la experiencia de los directores. En privado, ansiaba el crédito que creía merecer. Ni siquiera se salvó Tarantino. Recuerda Spike Lee: «Él mismo me dijo que fue él quien montó *Pulp Fiction*. "Yo monté *Pulp Fiction*. No miento." Y hasta es probable que también montara *Ciudadano Kane*, ¿no?»

El grado en que los estrenos de Miramax representaban un trabajo «en colaboración» era, por supuesto, discutible. ¿Cómo puede hablarse de colaboración cuando Harvey presionaba con enviar la película directamente a vídeo, delante de Kernochan? Ese i*Vete a la mierda*! inicial de Weinstein había fijado las reglas de campo según las cuales la directora tuvo que orientar su trabajo. Sin embargo, la afirmación de Harvey tiene algo de verdad. Sus sugerencias no eran aleatorias; tenía un motivo para todo el mundo, y hasta cierto punto se avenía a razones, y de vez en cuando hasta volvía a restaurar metraje cuando reconocía que sus cortes afectaban a la película. Dice Kernochan: «A decir verdad, aprendí muchísimo de él en lo que se refiere a montaje. Algunos de sus cortes no sólo mejoraron el pulso; Harvey pagó también las tomas vueltas a filmar, un día entero de rodaje, algo que los canadienses nunca habrían hecho.»

Weinstein trató a Lantos y Hamori con desprecio. Habían pagado las proyecciones de prueba de Miramax, y al equipo de montaje de Kernochan para que se quedara y efectuara los cambios solicitados por Miramax. Harvey hizo lo que suele hacer con géneros a los que no está acostumbrado: va al colegio a costa de alguien.

Al final, Alliance empezó a temer que este proceso se hiciese

interminable y canceló el proyecto. A partir de entonces todo cambió. Weinstein no estaba dispuesto a seguir enredando con la película pagando de su bolsillo. Alliance fijó una fecha para el estreno en Canadá. Harvey consintió en estrenarla en los Estados Unidos una semana más tarde, la última semana de agosto de 1998.

Mientras avanzaba la primavera, Kernochan empezó a sentirse bastante bien. La película estaba asegurada, y pensaba que finalmente tendría las mil seiscientas salas prometidas. La directora se reunió con el equipo de publicidad de Miramax; Deutchman con la gente de márketing. En abril, Miramax le envió material gráfico pidiéndole sus comentarios. Kernochan escribió una nota optimista a Harvey en la que decía: «Me parezco mucho a Pinocho esperando al Hada Azul; espero que la magia legendaria del márketing de Miramax haga que mi película por fin viva.» Pero, por desgracia, el Hada Azul estaba ocupada en otra cosa, tal vez en los preparativos de *A.I. (Inteligencia Artificial)*, de Steven Spielberg. Pasó mayo, pasó junio y llegó julio, y todavía ni el menor asomo de publicidad. A mediados de mes, Kernochan por fin se dio cuenta de que nunca habría publicidad. Miramax le quitó la fecha de estreno para dársela a *54*.

Alliance se sintió humillada. Lantos sintió como si «le hubieran cortado los huevos», dice Kernochan. En una carta durísima dirigida a Harvey el 17 de julio, Lantos escribió: «Estrenamos en salas de cine treinta películas vuestras al año... ganadoras y perdedoras. No tiramos a la basura las películas que no nos gustan, las apoyamos a todas. La única vez que tienes la oportunidad de respaldar una de nuestras películas, prefieres dejarla en el primer videoclub que encuentras. Y eso después de cinco meses de volver a montar y de cambiar la banda sonora siguiendo tus especificaciones y a costa nuestra... Además, no nos has pagado todavía el mínimo garantizado a la entrega.» Con sorna, llamó a Harvey «el gran defensor de las películas independientes».

54 se estrenó finalmente en las salas prometidas a Kernochan el fin de semana anterior al Día del Trabajo de 1998. Las críticas fueron variadas, pero desdeñosas en términos generales. No se trata de saber si el montaje de Christopher hubiera funcionado mejor que el

que estrenó Miramax. La distribuidora, envuelta en el manto de los independientes, se comportó como el peor de los estudios. *54* no obtuvo recaudaciones significativas, y en consecuencia la prometedora carrera de Christopher quedó en suspenso. *The Mayor of Castro Street,* película que supuestamente iba a dirigir para HBO, se canceló. Dice una persona relacionada con la película: «Fue todo muy doloroso, un absoluto desastre; ese asunto estuvo a punto de hacerme dejar el cine. Me da verguüenza haber tenido algo que ver con todo eso.» El montador Lee Percy coincide: «Después de *54* estaba dispuesto a dejar mi profesión.» Lo único que dice Christopher es: «Sin comentarios.»

Mientras *54* se hundía en los Estados Unidos, Harvey Weinstein asistió al Festival de Cine de Venecia para el estreno de *Rounders*, dirigida por John Dahl y protagonizada por Matt Damon y Edward Norton. Como era su costumbre, Miramax intervino en el cásting para intentar que Dahl contratara a actores con los que Harvey quería relacionarse o que contribuyeran al éxito de la película en el extranjero, aunque no fueran los indicados para los papeles en cuestión. Para el papel de John Malkovich, que requiere un actor que sepa sentarse a una mesa con un mazo de cartas mientras come galletas y, con todo, tener un aire amenazador, Harvey quería a una estrella de películas de acción. Cuando Dahl protestó, el ejecutivo de Miramax a cargo de la película dijo, con voz temblorosa: «No sé si esto va a gustarle a Harvey. Él quiere a este actor, en serio. ¿Por qué no puedes ponerlo? No deberíamos hacerlo enfadar.»

«Bueno, si Harvey quiere enfadarse, dile que me llame. Hablaré del tema con él.»

«No querrás que te llame por teléfono, ¿verdad?»

Dice Dahl: «Cuando recibes una llamada de Harvey Weinstein, te juro por Dios que crees que el que te llama es el mismísimo presidente de los Estados Unidos. Te amenazan, te dicen que te llamará como si fuera a asustarte.»

En resumen, Dahl afirma que tuvo una experiencia muy buena con Weinstein. «Siento gran respeto por él. No le da miedo poner dinero. A diferencia de muchos ejecutivos de esta industria, él hace algo más aparte de conservar su puesto de trabajo. [Miramax] tiene un

gran control en el proceso de prueba, ellos tratan de hacer todo lo posible para mejorar la película, pero no reaccionan de manera exagerada.» *Rounders* tenía un final nada convencional en el que el chico y la chica, interpretados por Damon y Gretchen Mol, se van cada cual por su lado. Para sorpresa de Dahl, Miramax no lo tocó.

«Realmente chocamos en el tema de la música», dice el director. «Yo había encontrado un viejo tema de Miles Davis que me encantaba, en una película francesa titulada *Ascensor para el cadalso*. Y ellos fliparon. Era como si dijeran: "Oh, Dios mío, jazz. No podemos poner eso." Pero yo dije: "Vamos, tíos. No quiero aburrir a nadie, pero esto es lo que me parece que hay que poner."»

Damon estaba entre el público, sentado cerca de Harvey, cuando *Rounders* se proyectó en Venecia. Recuerda el actor: «Al terminar la película se encendieron las luces y él se volvió hacia mí y me dio una cinta de vídeo. Y me dijo: "Ahora que has visto eso, ¡toma la verdadera película!"

»"¿Qué quieres decir?"

»"He cambiado trescientas veinte entradas de sonido. Todo el jazz fuera."»

Rounders resultó ser una película fantástica, subestimada por los críticos, a rebosar de grandes interpretaciones. «Para mí*, Rounders* era un clásico, una brillante producción de Harvey», dice Norton. «Matt, Malkovich, John Turturro, Martin Landau, yo... Era una película de once millones. Nadie podía conseguir eso.» Sin embargo, Damon piensa que Miramax la dejó caer, y ésa pudo ser la razón para que no armase más revuelo. «*Shakespeare in Love* era la gran película de esas navidades, la película para el Oscar. Estoy seguro de que dijeron: Pondremos nuestros huevos en esa cesta; pongamos a *Rounders* en este espacio y veamos qué pasa.» Pero no pasó nada. *Rounders* murió después de recaudar veintitrés millones de dólares.

Después de Venecia, Harvey asistió al siguiente gran festival, el de Toronto, a mediados de septiembre. Ese año la película más esperada era alemana: *Corre, Lola, corre*, dirigida por Tom Tykwer. Harvey aún no había llegado, y Amy Israel, Jason Blum y Andrew Stengel, el equipo de compras de Miramax, se las ingenió para mantener a la gente de *Lola* encerrada en un hotel, en una

negociación maratoniana que duró diez o doce horas. «Tratan de meterte en una telaraña y luego, al final, Harvey llega para coger la guinda», dice Twyker. «Nos presionaron muchísimo para que nos decidiéramos inmediatamente a favor de ellos, pero daba la impresión de ser una apuesta.» Finalmente, el equipo de *Lola* pudo salir.

Cuando, al día siguiente, llegó Harvey, les dijo furioso: «Tenemos que reunirnos, tenemos que reunirnos.» Prosigue Twyker: «Cuando llegué a la reunión, se respiraba una atmósfera tensa, espesa, no era una situación agradable. Era evidente que ahí había alguien que quería algo y que, cuando quería algo, lo conseguía. Pero esta vez no tenía una buena racha y eso lo ponía muy mal. Nos dio a entender que eso podía traernos grandes problemas. Problemas jurídicos.» Según Twyker, Harvey dijo: «Lleváis doce horas con nosotros en esta sala y os atrevéis a marcharos aunque os hayamos hecho una oferta y vosotros hayáis aceptado nuestra propuesta.»

«Nosotros no hemos aceptado nada.»

«Oh, sí que habéis aceptado.»

«No hemos firmado nada.»

«¿A quién le importa el papeleo? Si nos sentamos a la mesa juntos, significa que somos socios.»

Prosigue Twyker: «Harvey se levantó y empezó a gritarle a Stefan Arndt, mi socio. Yo me levanté y le contesté, también gritando. Me sentía un actor de una de esas películas de mafiosos escupiendo frases como: "Estás insultando a mi familia." Me acerqué a Stefan y al abogado y les dije: "Nos vamos. A nosotros no nos grita nadie." Y nos fuimos. Enseguida oímos los pasos por el pasillo, nos seguía. Entramos en el ascensor y las manos de Harvey separaron las puertas en el último momento e impidieron que se cerraran. Como si Terminator 2 viniera por nosotros.»

Más adelante, Twyker se reunió con Sony Classics. Michael Barker le cayó tan bien que no tardaron en llegar a un acuerdo, aun cuando la oferta de Sony Classics no fuese muy alta: seiscientos mil dólares frente al millón que había sugerido Miramax, según el director. «Sony hizo un gran trabajo», prosigue Twyker. «E incluso

conseguimos más dinero gracias a los ingresos. No sé si eso hubiera ocurrido con Miramax.»

Más tarde, Harvey desahogó su malestar con Blum, arrojando al aire un cigarrillo encendido. Por casualidad, el pitillo cayó en la camisa de Blum. El copresidente de Miramax se disculpó, diciendo que había querido arrojarlo a la papelera.

Entretanto, Harvey se preparaba para estrenar, el 23 de octubre, *La vida es bella*, de Roberto Benigni. Pese a la feroz competencia que luego significó *Chocolat*, esta película ha de considerarse el apogeo del período *kitsch* de Miramax, su campaña, en gran parte exitosa, por inyectar glucosa en las venas de la cultura americana medianamente cultivada. Hubo un momento en que la paleta de estrenos de Miramax fue tan amplia, que llegó a incluir *Cinema Paradiso* y una película como *El cocinero, el ladrón, su mujer y su amante*, y con las dos obtuvo buenos resultados. Sin embargo, a medida que los independientes norteamericanos engullían una porción mayor del mercado a costa de las películas extranjeras, sólo sobrevivieron las más sentimentales y accesibles de éstas. Según Mark Tusk, los hermanos «estrangularon el mismo mercado que habían fomentado».

La vida es bella era la versión del Holocausto según las películas típicas de los Weinstein, como *Mi pie izquierdo* y *El otro lado de la vida*, una película en la que ser judío en la Italia de Mussolini es el equivalente étnico de la parálisis cerebral o el retraso mental, y no menos anodino. Es una película de una imbecilidad moral tan abrumadora, que hace que los azucarados esfuerzos de los estudios por abordar la solución final, como *La lista de Schindler*, parezcan audaces comparados con ella, por no mencionar al cine del Holocausto auténticamente grande, como *El conformista*, de Bernardo Bertolucci, *El jardín de los Finzi-Contini*, de Vittorio De Sica, o de esos monstruos del documental que son *Noche y niebla*, de Alain Resnais, *The Sorrow and the Pity*, de Marcel Ophuls, y *Shoah*, de Claude Lanzmann. En *Entertainment Weekly*, Owen Gleiberman escribió que *La vida es bella* era «la primera comedia lacrimógena sobre el Holocausto»; en la revista *Time*, Richard Schickel señaló: «El sentimentalismo también es una especie de fascismo, pues nos

priva de juicio y de agudeza moral; hay que oponerle resistencia. *La vida es bella* es una buena oportunidad para empezar.»

La auténtica belleza de *La vida es bella* radica en la manera como su premisa remeda con estupidez las realidades de la industria del cine. Cuando Guido, el personaje interpretado por Benigni, y Giosué, su hijo, se encuentran encerrados en un campo de exterminio nazi, Guido oculta la atroz verdad arropando a Giosué en una fantasía. Convence a su hijo de que el campo es un juego, una partida que ganará el primer jugador que acumule mil puntos. Cuando Giosué se entera de que los alemanes gasean a los niños, Guido le asegura que se trata de una mentira destinada a persuadirlo a que abandone el juego. Si sustituimos la balsámica *La vida es bella* por la fantasía de Guido y, pongamos, sesenta millones en recaudaciones por los mil puntos, se tiene la película. Si el precio es el correcto, Harvey, autoproclamado judío duro que le dijo al *New York Times* que prefería a los judíos que combatieron a los judíos que fueron a los campos de concentración, no tenía reparos a la hora de criticar duramente una película que respalda ese estado de ánimo –la negación– en el que millones de judíos hicieron sencillamente eso, reconfortados por la misma ilusión que vende *La vida es bella*, a saber: que, de alguna manera, todo saldrá bien.

Empujada por el márketing de Miramax, *La vida es bella* recaudó 57,6 millones, mucho más que cualquier otra película en lengua italiana en los Estados Unidos. Le siguió *Shakespeare in Love,* que aunque estrenada en un número limitado de salas el 11 de diciembre, se convirtió en un éxito instantáneo, con recaudaciones, a escala nacional, de 100,3 millones, bastante menos que *El indomable Will Hunting*, pero, a pesar de ello, una recaudación fuera de lo común. *(Shakespeare in Love* recaudó otros cincuenta millones en ventas al extranjero, para mayor regocijo de Universal.) Sin embargo, no hay que olvidar que de las treinta y seis películas estrenadas en 1998 por Miramax, sólo hubo dos éxitos dignos de este nombre.

Sundance 1999 representó una clara decadencia respecto del año anterior. No hubo en esta edición películas como *High Art, Pi, Smoke Signals, Buffalo 66* o *Lo opuesto al sexo*. Bingham Ray no vio muchas cosas que le gustaran. Salió de la sala durante la proyección de un filme titulado *El proyecto de la bruja de Blair*, gruñendo: «Es una mierda.» Más tarde la compró Artisan. Como no era de los que renuncian a tener la última palabra, Ray bromeó: «Lo único que asusta de *El proyecto de la bruja de Blair* es la cantidad que pagó Artisan.» *(El proyecto* era «una mierda», pero recaudó ciento cuarenta y cinco millones de dólares.) La película más esperada era *Salvajemente tiernos (Happy, Texas)*, una comedia algo «salvaje» protagonizada por Steve Zahn, Jeremy Northam y William H. Macy, acerca de dos atracadores de bancos en un pueblo de Texas que se hacen pasar por una pareja gay. Cassian Elwes, el representante, provocó una guerra de ofertas entre Miramax y Fox Searchlight, una guerra cuyo resultado puso un descabellado final a la burbuja de las compras. Weinstein montaba el potro salvaje de las ofertas, y terminó pagando diez millones por la película. Pero los tiempos habían cambiado y ya no era bien visto gastar tanto dinero en esa clase de películas. Harvey quedó como un idiota, y en la prensa intentó dar a entender que sólo había pagado dos millones. Nadie le creyó, mucho menos cuando Tony Safford, ahora en Fox, declaró la verdad en público, apilando una situación bochornosa sobre otra. Sin embargo, era imposible avergonzar a Harvey, que compró otra basura, *The Castle*, por seis o siete millones.

Después de Sundance, animados por el rechazo de la oferta de Diller por parte de la junta de October, Ray y Schmidt siguieron buscando como locos a alguien que los salvara. La buena noticia fue que October parecía estar por fin cogiendo el ritmo. Ray estaba entusiasmado con la agenda de otoño, en la que figuraban *Una historia verdadera*, de David Lynch, y la última de Mike Leigh, *Topsy-Turvy*, una biografía de los compositores Gilbert y Sullivan. «Pensé que íbamos a por todas», dice Ray. Pero *Topsy-Turvy* duraba tres horas y diecinueve minutos y Ray quería que Leigh la dejase en dos horas y media. Ray le dijo: «Mira, Mike, has hecho una gran película, es posible que sea tu obra maestra. Pero es demasiado difícil

estrenarla en salas y tener la oportunidad de recuperar el dinero.» Leigh tenía derecho al montaje definitivo si la versión que presentaba no superaba los ciento veinte minutos. Prosigue Ray: «Yo tenía ideas muy concretas de lo que podía funcionar y eso fue lo que le dolió a Mike. Porque yo no soy director, soy distribuidor, no estoy cualificado para hacer esa clase de comentarios a gente como Mike Leigh. No hizo caso de mis sugerencias por considerarme ignorante o poco informado, o por considerarlas totalmente equivocadas. "No sabes de qué estás hablando." Mike es muy dogmático. Brusco. Estaba muy enfadado. Pasamos muchos momentos desagradables. Mike dijo: "¡Quién eres? ¿Bingham Manostijeras?"» Ray se negó a aceptar la película con la duración de más de tres horas. Leigh amenazó con quitar su nombre de los títulos de crédito si lo obligaban a cortarla. Al final, el director la redujo a una duración que le parecía tolerable.

Sin embargo, la batalla de Ray con Leigh fue discutible porque no tardó en quedar claro que no habría October Films que estrenase *Topsy-Turvy.* Bronfman le había dicho a McGurk: «La empresa va a desaparecer de una manera u otra. ¿Qué problema tienes?» El 25 de febrero McGurk llevó a Ray a almorzar al Grill de la cantina de Universal. El ejecutivo pensaba que tenía que darle a Ray una lección de realidad. Cuando tenía algo desagradable que comunicar, lo soltaba sin rodeos, sin preámbulos. En esta ocasión dijo: «Bingham, deberías pedir los cangrejos especiales, de caparazón blando. Ah, por cierto, ¡vamos a vender October Films!»

Diller volvió a atacar con una cifra ligeramente más alta (veinticuatro millones) y la junta de October dio el visto bueno. Así terminó todo. Diller combinó Universal con Gramercy (Universal/PolyGram) para formar USA Films, dirigida por Greenstein. No todo el mundo apoyó a Ray y Schmidt. Dice Donna Gigliotti: «Siendo un hombre inteligente, Bingham debió de ser realmente estúpido para perder su empresa a manos de Scott Greenstein. No le ayudó mucho beber todo lo que bebía en esos días. Era demasiado viejo para andar haciendo esas cosas. Tenía que crecer. Ya no estábamos en los ochenta.» Añade Stacy Spikes, que un año antes se había marchado de October para dirigir el Urbanworld Film

Festival: «Nadie iba a entrar nunca en Miramax a quitarles la empresa delante de sus propias narices. Los hermanos eran capaces de prenderle fuego antes de dejar que alguien la tocase. Bingham debería haber montado un pollo: "A la mierda todos; yo construí October, me importa un carajo lo que digan los papeles. Que la ley venga aquí y que pase por encima de mi cadáver." En la naturaleza sobrevive todo lo que tiene garras y dientes muy afilados. Y eso era lo que le faltaba a October.»

Hasta cierto punto puede afirmarse que Ray y Schmidt sólo fueron dos víctimas de la mala suerte, de un régimen en Universal dirigido por Edgar Bronfman, Jr., un hombre más interesado en la música que en el cine, y que, al final, perdió el interés por ambos. En apenas dieciocho meses, los ejecutivos de Universal que habían apadrinado el trato de October –Biondi, McGurk, Silver– dejaron la empresa. En palabras de Schmidt: «No teníamos protección.» Sin embargo, visto de otra manera, la decadencia y caída de October tuvo una lógica, un carácter inevitable. Dice Eamonn Bowles: «October tenía un grupo de inversores privados que querían que su dinero les diera dividendos. Al final del día, el dinero siempre derrota al arte.» Y, por supuesto, con el respeto que se merece Spikes, Ray y Schmidt no tenían ni por asomo el poder sobre la suerte de su empresa que un día tuvieron los Weinstein sobre la suya. La verdad es que October no era realmente *su* empresa. Una vez que Ray y Lipsky aceptaron inversores, trátese de Allen & Co. o el estudio, el nombre del juego pasó a ser «beneficios», y cuando la empresa tuvo un puñado de éxitos, lo que se dio fue, una vez más, la historia de los destrozados por el éxito. Las férreas leyes del mercado, especialmente la versión a gogó de los años noventa, imponían que la compañía no pudiera quedarse en punto muerto, que avanzara, que pasara al «siguiente nivel». Para eso, tenía que atraer el dinero de los estudios, administrado por los ejecutivos, portadores de los valores del sistema que infectaron y transformaron la cultura de October como habían hecho ya con la de Miramax, de modo tal que, en breve, la empresa dejara de ser reconocible. «Es una paradoja», dice Schmidt. «Seguir creciendo y capitalizarse es un requisito para el éxito. Pero hacerlo significa fundamentalmente poner en peligro la

naturaleza misma de la empresa.» October tenía que ser otra Miramax y vender su alma; de lo contrario, sería presa de los timadores corporativos y terminaría siendo sólo una ficha en una partida más espléndida del póquer jugado por los medios. De una manera u otra, estaba condenada a perder. ¿Habría actuado Ray de otra manera si hubiera tenido que volver a empezar? «La habría mantenido como empresa privada», dice. «No le habría dicho que sí ni a Universal ni a Bain.» Pero, como dice Schmidt: «Si no hubiéramos hecho el trato con Universal y estrenado después *Carretera perdida*, nos habríamos convertido en una empresa muy privada, nos hubiéramos quedado en casa sin tener adónde ir. ¡Nos habríamos quedado fuera de la industria!»

Sólo había transcurrido una década desde que el brillante márketing de Miramax llevara *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* a los multicines de los centros comerciales de los barrios residenciales y cambiara el negocio para siempre. Sin embargo, entonces se suponía que las ratas de los centros comerciales, lejos de ser el público central de las películas independientes, eran más bien un chollo, la diferencia entre una película de cinco millones y una de diez millones o de veinticinco. Es una gran diferencia y, diez años más tarde, el dulce olor del éxito llegaba a la nariz de Harvey como una línea de cocaína, lo cual hizo que Miramax le diera una vuelta completa a su fórmula. En 1998 los multicines ya no eran un chollo; eran los garbanzos de la empresa. Cuando surgieron los infortunios de *54* y otras películas de Miramax, estaban haciendo filmes a medida para los centros comerciales. Harvey no iba a darse por satisfecho hasta que demostrara ser capaz de producir como salchichas películas de adolescentes. Miramax comenzó a estrenar filmes como *Atrapada entre dos hombres* (1997) y *Experimento chiflado*, una comedia con Marlon Wayans coestrenada con Dimension en 1998.

Por irónico que parezca, fue el propio Eisner el que intentó ponerle

límite a esta situación. La última semana de enero de 1999, Miramax estrenó *Alguien como tú,* la película de Freddie Prinze, y ganó el fin de semana. El lunes 30, Harvey se reunió con Eisner en los despachos de ABC Television. Asistieron a la reunión Bob Iger, presidente de ABC Group, y Kevin Smith, que quería promocionar una serie de animación basada en *Clerks*. Smith ya había recibido una oferta de UPN para doce episodios con un compromiso de emisión. Eisner propuso comprar seis episodios sin garantizar que los emitiría todos. Smith se inclinaba por UPN, pero Harvey le dijo que cerrase el trato con ABC. Dijo: «Somos todos de la misma familia, les interesa que el programa tenga éxito. Es dinero de su bolsillo que irá parar a su otro bolsillo. Acepta.» Y Smith se decidió por ABC.

Según el director: «Harvey estaba increíblemente orgulloso» de *Alguien como tú*. Eisner dijo: «Enhorabuena por el primer puesto. Has ganado dieciséis millones con esa película, y no tiene estrellas.»

«¿Lo veis?», replicó Harvey. «Quería demostrarle que soy capaz de hacer una mierda y competir a su nivel. Y lo logré.»

«Sí, pero sinceramente creo que tendrías que haber hecho esa película con Dimension, por la etiqueta de género. Porque tu etiqueta significa algo. Miramax tiene valor, cierto nivel de calidad. Al comienzo nos pasó lo mismo con Touchstone. Después empezamos a hacer películas realmente malas y Touchstone ya no significaba nada. Si la gente empieza a pensar que Miramax produce cosas como *Alguien como tú*, a la mierda con la marca.» Si Eisner sabía de algo, era precisamente de *branding*. Tenía una inversión sustancial en el nombre de Miramax, y sabía que el ego de Harvey había cometido un crimen contra la imagen: algo estúpido y potencialmente costoso.

Smith escuchó esta conversación con la boca abierta. Prosigue el director: «Fue muy raro ver al tipo al que consideras el rey del mundo escuchando las instrucciones de su empleador. Harvey se limitó a escuchar en vez de decir: "Oh, tío, vete al carajo." Más bien lo que dijo fue: "Sí, perfecto, ésa es tu teoría." Se respiraba un aire de "Ya puedes decir lo que quieras; esta semana tengo la película número uno."» La taquilla fue más clara que Eisner –*Alguien como tú* terminó recaudando sesenta y tres millones de dólares sólo a escala

nacional– y sus palabras surtieron muy poco efecto. «Miramax, considerada por muchos el distintivo del cine independiente, funciona como un estudio», dice Smith. «Ya no es la casa del cine independiente, del cine de andar por casa o de banda de garaje. Ya no hace operaciones de bajo presupuesto. Los fuera de la ley se han convertido en los dentro de la ley, o mejor, en la ley.» O, en palabras de Spike Lee: «Miramax intenta decir que ellos son los pringados. Pero son un estudio.»

(Finalmente, ABC retiró del aire *Clerks* tras emitir dos episodios. «Nos jodieron», dice Smith. «Tratamos de volver a UPN, pero ya no les interesó.» Más tarde, ABC compró y canceló *Wonderland*, otro programa de Miramax, escrito y producido por Kevin Williamson.)

Harvey, además de hacerle un magro favor al mundo de los independientes, estaba saboteándose a sí mismo. Para estar a la altura de los estudios, comenzó a negarse a sí mismo las ventajas que en el pasado habían contribuido al éxito de Miramax. En palabras de McGurk: «El modelo original se basaba en que ellos hacían películas en las que la inversión total ascendía a menos de quince millones de dólares, y en general a menos de diez millones, y si encontraban un diamante en bruto, como *El paciente inglés*, podían gastar muchísimo dinero en márketing y la inversión total seguía siendo inferior a la media. Ahora el coste medio de una película de Miramax tiene que ser de treinta, cuarenta o cincuenta millones. A medida que fueron creciendo, podrían haber tirado el viejo modelo a la basura.»

Por ejemplo, *Kate & Leopold*, el idilio y viaje en el tiempo que resucitó Cathy Konrad tras convencer a James Mangold para que lo reescribiera y dirigiera. Esta película representó un espectacular cambio de ritmo para un director que generalmente se inclinaba por temas más oscuros, como *Copland*. Mangold tenía sentimientos muy encontrados en lo tocante a volver a trabajar para Miramax. «El nivel de interferencia creativa es mucho más intenso en Miramax que en cualquier otra parte», dice el director, «y no viene con una escoba y una cofia. Es la clase más básica de interferencia: las calificaciones obtenidas en las proyecciones de prueba o "este personaje es desagradable", cosas así.» Con todo, le debía dos películas a los

Weinstein, y éste parecía un camino sin dolor para quitarse de encima uno de sus compromisos. Pero en Miramax nunca nada es realmente indoloro. Mientras escribía *Kate & Leopold*, dejó el nido para escribir y dirigir *Inocencia interrumpida* para Sony (1998), película por la que Angelina Jolie obtuvo un Oscar. A Harvey no le gustaba que sus chicos ganasen estatuillas para otros estudios, y cuando finalmente Mangold le entregó el guión, Weinstein se quejó: «Has tardado dos años y medio en entregar *esto*.»

«¿Dónde está la película de Quentin sobre la Segunda Guerra Mundial?», repuso Mangold, refiriéndose al guión, todavía inacabado, de *Inglorious Bastards*.

«¡Ese hombre hizo esta empresa!», gritó Harvey. «No te compares con él.» Sin embargo, cuando Meg Ryan manifestó su interés por *Kate & Leopold,* todo se perdonó. El viejo Harvey habría rehusado la oferta de quince millones de Ryan, del mismo modo que había rechazado la oferta de Travolta para *Copland* antes de decidirse por Sylvester Stallone. Pero los tiempos habían cambiado. Dice Konrad: «Antes, los actores hacían sus películas por precios irrisorios porque Harvey se atrevía con proyectos arriesgados que nadie estaba dispuesto a hacer. Pero cuando haces una comedia romántica, estás en la timonera de Meg Ryan. ¿Por qué tendría ella que negociar por algo que puede conseguir íntegro en otros seis estudios? ¿Dónde está la ventaja?»

Todo lo augurado por el éxito de *Pulp Fiction* se cumplió. Transformándose de empresa movida por las compras en empresa basada en la producción, Miramax se vio obligada a invertir más dinero en menos películas, apartándose de su estrategia de gran volumen; en consecuencia, perdió la protección que brindaba la ley de las grandes cifras. Miramax había consolidado su éxito a base de riesgos pero, cuanto más caras se volvieron las películas, más reacia al riesgo se volvió la empresa. Dice Konrad: «En ese momento ponían en las películas a gente que tenía programas de entrevistas en televisión. Harvey quería a cualquiera que apareciese en *Saturday Night Live.»* Sin embargo, y paradójicamente, cuanto más intentaba Miramax evitar el riesgo protegiéndose con repartos caros, más arriesgadas se volvían las películas.

Se cuenta que una vez Harvey dijo: «A mí Michael Eisner no puede decirme nada.» Y nunca dejó de intentar demostrarlo. Después de llevarse el bote con *Alguien como tú*, utilizó este éxito como baremo para las demás películas, incluida *Dogma*. Dice Smith: «Harvey se centra ahora mucho en las calificaciones. Cuando probamos *Dogma*, de lo único que hablaba era de los cuadrantes. Al finalizar una proyección dijo: "Muy bien, matamos estos dos cuadrantes, lo que nos falta son esos cuadrantes de ahí arriba, con las jóvenes. Necesitamos los cuatro si queremos conseguir lo que conseguimos con *Alguien como tú."*» Smith dice que, con la voz tocada por un toque de incredulidad, preguntó: «¿Has comparado esta película con *Alguien como tú*, al nivel que sea? ¿Hablas en serio cuando dices que hay que comercializar esta película del mismo modo que comercializas una película de adolescentes, de esas de usar y tirar? Eso es comparar manzanas con naranjas.»

Presionada por Disney, Miramax vendió *Dogma* a Lion's Gate, la distribuidora canadiense. «Harvey tuvo la oportunidad de estrenarla en Viernes Santo, pero la verdad es que le alegró mucho poder quitársela de encima», añade Smith. De todos modos, dice que Weinstein dirigió la campaña de márketing. «Creo que hicieron la vista gorda y dejaron que Harvey trabajase en esa campaña.»

El indomable Will Hunting acababa de terminar su temporada, y Harvey quería poner a Affleck y Damon en todos los anuncios. «Habíamos hecho un montón de tratos que estipulaban cómo apareceríamos, pero nos jodieron», dice Damon. «Nosotros dijimos: "Ésta es una película de equipo, no pongas nuestros nombres encima del título. Es algo mezquino y nada representativo. Pero la verdad es que nos pusieron en letras muy grandes. Al final terminaron haciendo lo que quisieron. Lo correcto es abordar cualquier relación con Harvey con una buena dosis de cinismo, porque él es lo que es.»

Cuando, dos años más tarde, se estrenó *Jay y Bob el Silencioso contraatacan,* película en la que Damon tenían un papel de figurante, volvió a ocurrir exactamente lo mismo. Dice Damon: «Me ofrecieron muchísimo dinero para que apareciera en una escena de esa película, y también en el cartel. Dije que no por lo que había

ocurrido con *Dogma*. También pensé que mi aparición especial sería más graciosa si nadie la esperaba. "El trato es éste: La haré gratis si no me ponéis en el cartel." Y dijeron: "Muy bien, estupendo", encantados al ver que no tenían que firmar un talón. ¡Trato hecho! Seis meses más tarde yo estaba en Argentina haciendo una película independiente con Gus Van Sant y empezamos a recibir docenas de llamadas de Miramax. Gus reía y decía: "Oh, quieren que les hagas un favor." Los de Miramax decían: "Queremos ponerte en el tráiler." Les dije: «Chicos, lo importante es que sea una sorpresa. Mi respuesta es no." Cuando se estrenó la película recibí llamadas absolutamente demenciales: cuando Harvey quiere algo de ti, te encontrará ahí donde estés. Dijeron: "Queremos que salgas en los anuncios para televisión. Ya se ha corrido la voz, ahora todo el mundo sabe que trabajas en la película. Tu argumento ya no se sostiene. Hazlo por Kevin." Por un lado, quise decirles que no, que de ninguna manera, porque eso era lo que habíamos acordado. Nadie quiere recompensar un comportamiento así, pero, por otra parte, quería hacer lo más conveniente para Kevin. Harvey sabe muy bien quién es amigo de quién: "Venga, hazlo por él, ayúdalo; no te lo pido por mí, a mí no me hace falta." Así, él no te debe ningún favor, es el otro el que te lo debe. Y cedí. Les dije: "De acuerdo, adelante." Al día siguiente me puse a jugar con el mando a distancia y vi los anuncios. Ya los habían montado y lanzado.»

Lion's Gate estrenó *Dogma* el 12 de noviembre de 1999. La película, con una producción que rozó los diez millones de dólares, recaudó 30,7 millones a escala nacional y vendió la fabulosa cifra de un millón de DVD. «Harvey y Bob se comportaron como unos jodidos bandidos con *Dogma*», dice Smith. «Cobramos nuestros sueldos por adelantado pero nunca vimos ni un centavo de todo ese dinero. Te envían declaraciones de participación en las ganancias. Las lees y dices: "Sí, por escrito puedo ver que, según vuestra laberíntica lógica bizantina, os debo dinero, no sé cómo, por una película que, según mis cálculos, os ha reportado enormes beneficios." No soy estúpido; sé que hay un montón de dinero del que no veremos nada. Los costes de copias y publicidad de *Persiguiendo a Amy*, según ellos ascendieron a siete millones, pero

nunca pude entender por qué, porque no tuvimos tanta publicidad, sólo estrenamos en unas quinientas salas. Tampoco compramos mucho espacio televisivo. Te cargan en tu cuenta toda clase de cosas.» Responde Miramax: «*Dogma* se llevó unos veinte millones en gastos de producción, incluidos los intereses y los gastos indirectos, y dieciséis millones en gastos de distribución. Además, Miramax tuvo que pagar tarifas de distribución a otras distribuidoras. No le fue muy bien en el extranjero. A Kevin se le ha pagado todo lo que le corresponde. Los costes de copias y publicidad de *Persiguiendo a Amy* ascendieron a casi nueve millones de dólares, incluidos 3,3 millones en anuncios televisivos.»

Cada vez que Smith llegaba al límite de su paciencia, Harvey, maestro de los gestos extravagantes, se las ingeniaba para frenarlo. «Lo más amable que le he visto hacer a Harvey no tiene nada que ver con el negocio», recuerda el director. Una noche, acompañado por Harvey, salió de Burbank en un vuelo rumbo a Nueva York en el avión de Miramax. Con él viajaba también su amiguete, el actor Jason Mewes, que regularmente interpreta al Jay de su Bob el Silencioso. «Sabíamos que la madre de Jay era seropositiva, que estaba en las últimas, muriéndose de sida, y que llevaba así unos años», prosigue Smith. «Harvey le dijo: "Cuando lleguemos a casa voy a darte mi número. Me llamas y le buscaremos a tu madre el mejor especialista de la ciudad, o del mundo. No vamos a dejar que muera." Me quedé de una pieza. Eso era un buen tipo. Mewes no es lo que se dice un buen trabajador de Miramax. Harvey no sabía nada de él, y mucho menos de la madre de Mewes. La mayoría de nosotros ya esperábamos que la palmase porque era una mujer horrenda, una mujer que había enviado a Jason a pasar drogas cuando era niño, que lo sacaba a robar tarjetas de crédito de los buzones cuando tenía seis, siete años. Fue ella la que lo metió en las drogas y toda esa mierda. Así que, por un lado, yo pensaba: "Estás salvando a quien no debes, tío. Usa ese dinero para alguien que se lo merezca de verdad, no para esta mujer repugnante que le ha destrozado la vida a su hijo desde que nació." Pero, siendo Harvey alguien al que le podía importar una mierda la madre de Jason, me quedé helado por el gesto, porque no era un mero gesto sino:

"Llámame y veremos qué podemos hacer." Y lo hizo. Envió una limusina a recogerla, la hizo traer a Nueva York desde Nueva Jersey, le buscó un médico. En ese momento, la humanidad de la que hacía gala Harvey no era de cara a la galería, no era de cara a nadie. Fue el único momento en que lo vi ser él sin tener ningún otro motivo, sin que pensara que el mundo estaba contemplándolo. Éramos nosotros tres en un jodido avión en mitad de la noche. En momentos así yo me decía: "¡Se lo perdono todo!" A esa gente le debo mi carrera. Ni siquiera puedo decir que me salvaron de caer en las garras del sistema de los estudios. Si ellos no hubieran comprado *Clerks*, nadie la habría comprado y yo seguiría trabajando en el puto supermercado, pagando las deudas de la película y diciéndome: "No puedo creerme que pagase con la tarjeta de crédito." Para mí nunca se había tratado de dinero. Llámalo lealtad, llámalo culpa católica, lo que sea. Por lo tanto, siempre me digo: Demonios, es mejor saberlo que no saberlo.»

No fue ésta ni mucho menos la única vez que Harvey ayudó a amigos o a parientes de amigos, o a simples conocidos, en circunstancias de vida o muerte; los beneficiarios de su generosidad se lo agradecen, pues saben que a caballo regalado no se le miran los dientes. Sin embargo, es discutible que estos gestos sean tan abnegados como piensa Smith. Para alguien tan ávido de ego como Harvey, un gesto así significa un colocón máximo: el poder sobre la vida y la muerte o, al menos, la ilusión de tener ese poder. Harvey ya se había colocado en el centro de una vasta red de favores prestados y recibidos gracias a la cual ejerce cierto grado de control sobre un considerable número de gente importante y, tendiendo su mano de esta manera, no hace sino subir la apuesta. Tampoco se corta a la hora de cobrarse lo que le deben. En medio de una acalorada discusión con, pongamos por caso, un empleado cuyo hijo ha enviado él a un médico o al que le ha pagado la atención médica, es perfectamente capaz de preguntar: «A propósito, ¿cómo sigue tu hijo?»

No todo el mundo pensaba como Smith. A Harvey le resultaba cada vez más difícil mantener en la reserva a sus jóvenes directores. «Nos daba un respiro que los otros no nos habían dado», dice James

Mangold. «Cuando eres un director primerizo, sientes un tremenda deuda y Harvey se aprovecha de eso. A veces pienso que trabajé con un personaje histórico, una especie de Selznick o de Zanuck. Pero el problema está en que, en cuanto consigues que te respeten un poco, te das cuenta de que algunas de tus decisiones funcionan y alguna de las que él consideraba auténticas burradas son recibidas con unas risas que él no esperaba. Entonces te das cuenta de que Harvey no es infalible y tienes que ponerte a su altura. Así, la próxima vez, cuando aparezcan otros con ganas de contratarte, no te sentirás tan en deuda como para decir: "Tienes razón, Harvey; te lo debo todo." Ya no es Frank Sinatra con el Don, y este año no tienes que tocar en las Vegas si no tienes ganas.»

El 9 de febrero, cuando se dieron a conocer las nominaciones de la Academia, *Salvar al soldado Ryan*, de Steven Spielberg para DreamWorks –un enérgico y, en muchos sentidos, audaz distanciamiento de las películas de guerra, todas idénticas pese a sus ocasionales reincidencias–, se llevó la palma: obtuvo once nominaciones. *Shakespeare in Love* consiguió el sorprendente número de trece. (Miramax tuvo dos nominaciones a mejor película, siendo la otra *La vida es bella*; varios otros filmes de Miramax obtuvieron una nominación cada uno, elevando el total de nominaciones de la empresa a la cifra récord de veinticuatro.) La batalla entre las dos compañías, dirigidas por Weinstein y Jeffrey Katzenberg, dos viejos amigos, fue apenas menos brutal que las imágenes de la carnicería ocurrida en las playas de Normandía que vemos en la epopeya de Spielberg, y marcó el comienzo de una larga enemistad entre Miramax y DreamWorks.

El 15 de marzo de 1999, la crítica de cine Nikki Finke publicó en la revista *New York* una columna en la que tildaba a *Shakespeare in Love* de «banalidad». Afirmaba con virulencia la periodista: «Miramax paga a un ejército de veteranos publicistas de Hollywood (que casualmente también son miembros de la Academia, incluidos

Warren Cowan, Dick Guttman, Gerry Pam y Murray Weissman) no para generar cobertura periodística, sino para meterse en el bolsillo a sus prominentes colegas de la Academia. Como amigotes de los ya canosos votantes de la Academia, les pagan no sólo durante los cinco meses que dura la campaña, sino casi todo el año, una práctica inaudita en otros sectores de la industria.» Finke también llamó la atención sobre las cantidades que gastaba Miramax. «Los auténticos independientes podrían gastar hasta doscientos cincuenta mil dólares en una campaña por los Oscar; los grandes, dos millones... Los competidores calculan que Miramax ha llegado a gastar como mínimo cinco millones en su campaña a favor de *Shakespeare in Love.»* Y, lo que es peor, acusaba al propio Harvey de lanzar una campaña sucia, al estilo Richard Nixon, contra *Salvar al soldado Ryan*, diciendo a los críticos que la película de Spielberg «alcanza su mejor momento en los primeros veinte minutos». Weinstein lo niega. «Todo eso es un disparate», dice Harvey. «Me encanta esa película. Llamé a Steven dos días después de verla y se lo dije.» Miramax creía que DreamWorks estaba detrás del artículo de Finke, en concreto Terry Press, el vicepresidente. «Siempre pienso que Terry Press está detrás de todo», prosigue Harvey. «Esa gente quiere ganarlo todo. ¿Yo? Contento por participar en la carrera, soy ese jugador camorrista al que invitaron a jugar y se alegró por alborotar el gallinero. Lo importante es que, cuando pierdo, no me pico. Me he pasado la vida llegando de ninguna parte, ganando, perdiendo. Nosotros nunca difamamos las películas de otros.»

En Los Ángeles, Cowan, el ya mayor ex jefe de la poderosa empresa de publicidad Rogers & Cowan, organizó una serie de cenas para Benigni a las que invitó a sus influyentes clientes y amigos, entre los que figuraban Kirk Douglas, Jack Lemmon y Elizabeth Taylor. Dice el ex publicista Mark Urman: «Benigni se instaló un mes en Los Ángeles, en lo más álgido del período de votaciones, y no había noche en que alguien no diera una cena en su honor. Roberto hizo muchos amigos, lo cual le valió un Oscar a la mejor interpretación, aunque, en mi opinión, la historia nos dirá que tal vez no se lo merecía. Lo ganó por sus actuaciones en las cenas.»

Los premios se entregaron el 21 de marzo. Para entonces, *Shakespeare in Love* ya tenía una mano de póquer de productores –Harvey, Gigliotti, David Parfitt, Marc Norman y Ed Zwick: demasiados seguramente para Harvey– que se esforzaban por convencer a Norman y Zwick para que renunciaran a sus créditos. Harvey llamó a Zwick en plena noche. Según Parfitt, su razonamiento era: «Todos saben que no hiciste nada, que no estuviste ahí. Es una vergüenza, la gente se te reirá a la cara.» Harvey atronaba: «Voy a destrozar tu carrera en Hollywood, nunca volverás a trabajar. No sabes cuántos enemigos tienes en esta ciudad, y no sabes con quién estás tratando, cabrón.» Norman recuerda que Harvey, que creía que todo tiene un precio, le ofreció unos cien mil dólares para que retirase su crédito de productor, y que amenazó con cargarse también el crédito de guionista. Pero los dos hombres se controlaron. (Harvey niega haber mantenido esta conversación con Zwick.)

Cuando la ceremonia se aproximaba a su final, Harrison Ford subió al escenario para anunciar el Oscar a la mejor película. Amigo de Spielberg, pareció visiblemente impresionado cuando abrió el sobre y leyó las tres palabras mágicas: *«Shakespeare in Love»*. Los cinco productores subieron en tropel a recoger la estatuilla. Habían discutido mucho entre ellos sobre cómo manejar los problemas logísticos en el escenario en caso de que la película ganara. Para Zwick, Gigliotti tenía que ser la primera en hablar; luego hablarían él y Harvey, en ese orden. Pero, dice Parfitt: «Nunca hubo intención de dejar hablar a Zwick.» De hecho, según Norman: «Harvey subió como un zaguero del fondo del campo justo cuando Zwick se acercó al micrófono, lo quitó de en medio y se hizo con el micro.» Cuando Zwick recobró la compostura, la música había subido de volumen y Harvey sonreía encantado como el gato de Cheshire. La imagen de Weinstein reinante, regodeándose en el fulgor de la enjoyada audiencia ante miles de millones de espectadores de todo el mundo, lo decía todo: al final, como dijo Smith, los de fuera del sistema se habían convertido en auténticos privilegiados del sistema.

Terry Press, que asistió a la ceremonia, celebrada en el Dorothy Chandler Pavilion, confiaba en que *Salvar al soldado Ryan* se llevaría el Oscar a la mejor película. Cuando vio que la estatuilla era para

Shakespeare in Love, la cara se le encendió de rabia. Estaba convencida de que habían manipulado al sistema y de que se había cometido una injusticia. (Los de Miramax sólo se burlaron. Desde su punto de vista, *Shakespeare in Love* era una película de actores, y los actores, que forman el mayor bloque de votantes de la Academia, se impusieron.) Después, cuando los periodistas se acercaron a Harvey a darle la enhorabuena, la ejecutiva cruzó una mirada con Jeffrey Katzenberg, su jefe, y dijo entre dientes: «¡Nunca más!»

John Madden se creía un director muy solicitado, pero Miramax tenía derecho a sus dos siguientes películas. En la industria del cine, estas opciones son moneda de cambio, como las millas de las compañías aéreas. La mayor parte de los estudios muestran cierto grado de flexibilidad a la hora de aplicar esas disposiciones. Si el director quiere hacer una película en otra parte, «suspenden y amplían», dice Bill Mechanic, ex director ejecutivo de Fox. «Suspenden mientras dura la película que aceptan [en otra parte], y luego prolongan la opción. Cuando cumples con una relación, lo más habitual es quemar puentes. Por lo tanto, no usas el martillo.» Al menos Harvey no lo hacía. Madden tenía dos proyectos en Miramax, pero ninguno de los dos estaba listo. Estaba entusiasmado con un guión, *Shanghai*, de Hossein Amini, propiedad de Sony. Mel Gibson había manifestado su interés. A cambio de permitirle a Columbia que utilizara a Madden, Harvey pidió ser socio del proyecto. Pero, según Mike Medavoy, cuya empresa, Phoenix Pictures, tenía una participación en la película: «Sony no quería a Harvey» y destituyó a Madden antes de asociarse con Miramax.

«En cierto modo, estamos ante un anticuado sistema feudal», señaló el director. «A nadie le gusta considerarse una baza en la mesa de negociaciones. A mí me gusta verme como director.»

Más tarde, Universal le ofreció *La mandolina del capitán Corelli*, después de que el director elegido sufriera un ataque al corazón cuando ya estaban bastante avanzados los preparativos del rodaje. Universal se arriesgaba a perder millones de dólares, pues Nicolas Cage, el protagonista, tenía un contrato de *pay-or-play*. Miramax exigió una serie de derechos de distribución, y también los derechos

nacionales de *El diario de Bridget Jones*, aunque no tenía opciones sobre el director ni sobre ninguno de los actores de dicha película. Según Tim Bevan, de Working Title, que tenía una parte de *La mandolina del capitán Corelli*, Stacey Snider, la presidenta de Universal, «no quiso ceder los derechos [de *El diario de Bridget Jones*] para los Estados Unidos. No quería darle nada a Harvey». Pero la arrinconaron. Señala Bill Mechanic: «Les cedieron la mitad de la película, algo demencial. Para mí, lo que hay que hacer es pasar al director siguiente.» La estrategia de Harvey en materia de opciones complementaba a la perfección, por extraño que parezca, su habilidad a la hora de hacerse con proyectos sacados a subasta. En sus propias palabras, y pareciéndose mucho al gato que se zampó al canario: «Es una oportunidad maravillosa. Conseguimos hacer grandes películas sin correr ningún riesgo.»

Norman, que fue el padre de *Shakespeare in Love,* se marchó muy contento. Ganó dos estatuillas pero no se benefició del éxito de la película. Tenía un porcentaje del 7,5 por ciento, más que cualquiera de los demás participantes. «Miramax se gastó una fortuna promocionando la película, y muchísimo dinero en la campaña por los Oscar. Su argumento siempre ha sido: "Nosotros pusimos todo el dinero"», dice Norman. «Estuve a punto de pedir una auditoría, pero nadie quiso apoyarme. Lo único que sé es que una película que recauda trescientos millones a escala mundial no da dinero a los que tienen un porcentaje. Pondré esto en mi lápida.» Por su parte, Harvey dice: «Hice una pequeña fortuna con esa película.»

La fiesta de los Oscar organizada por October se celebró en el Chateau Marmont, en el jardín, sembrado de carpas para la ocasión. Fue algo particular, celebración para algunos, velatorio para otros; algo bastante parecido a *Celebración*, la película de Thomas Vinterberg para October, en la que una reunión familiar con ocasión del cumpleaños del patriarca termina siendo un pequeño escándalo. Los ganadores –Greenstein y sus partidarios– se daban apretones de manos y bebían champán, mientras los perdedores –Ray, Schmidt y la gente de October– se pasaba la noche mirando para otro lado.

En julio de 1999, Ray se marchó de la empresa que ocho años antes había fundado con Jeff Lipsky. Ocho meses más tarde, el 10

de abril del 2001, a las diez y media de la mañana, poco más de una semana después de la entrega de los Oscar de ese año, se estrelló con su Audi A4 negro contra un árbol, a menos de dos kilómetros de su casa de Mount Kisco, estado de Nueva York. Eterno hijo de los años sesenta, había trasnochado la noche anterior en el concierto de reencuentro de Crosby, Stills, Nash and Young, celebrado en Meadowlands. Y había bebido, aunque su nivel de alcoholemia estaba dentro del límite legalmente permitido. No obstante, seis semanas antes había dejado de fumar y empezado a tomar Zyban, la exitosa droga contra la adicción a la nicotina, para no recaer en este hábito, y ello pudo ser un factor. En todo caso, se salió de la estrecha carretera y fue a dar contra un árbol. Sólo iba a unos cuarenta kilómetros por hora, pero sin cinturón de seguridad, y el choque fue lo bastante serio para arrojarlo contra el parabrisas y luego al suelo, junto al asiento del acompañante, con las piernas retorcidas entre los hierros. Sufrió una grave fractura en el brazo izquierdo, y perdió mucha sangre. Se habían abierto los airbags frontal y lateral, algunos pinchados por la extremidad puntiaguda del húmero, que había quedado al aire; los cuatro quedaron salpicados de sangre. El Audi de Ray parecía el Mercedes de Lady Di. Tuvieron que cortar los hierros para sacarlo antes de trasladarlo en helicóptero al Westchester Medical Center, donde permaneció tres días en coma. Cuando despertó, la enfermera le dijo: «Fui la que recibió al helicóptero cuando usted llegó. En un estado desastroso, créame. Pensamos que no lo contaba.» Ray se miró la pierna, que le dolía, y vio hueso. Los médicos le habían abierto zanjas a ambos lados de la tibia para aliviar la presión de la hinchazón bajo las aponeurosis que la conectan a los músculos y tendones. Las zanjas eran tan anchas que era imposible suturarlas, por lo cual hubo que cerrarlas con grapas especiales. Los médicos habían pensado que Ray moriría, y un día, cuando el herido despertó, encontró junto a su lecho a un capellán, sentado y con una tablilla sujetapapeles en la mano, que le dijo: «¡Hola, Ray!» Todos lo llamaban Ray Bingham. Hojeando sus papeles, el capellán siguió hablando con forzado júbilo: «¿Cómo se siente hoy? ¿Tiene ganas de charlar?» A Ray no le hacía mucha gracia la religión, y lo único que pudo decir fue: «¡Más

morfina!» Señala ahora: «No saqué nada espiritual de todo eso, yo no. Si esta historia tiene una moraleja, fue que literalmente choqué contra un muro. Me había quedado dormido al volante.»

Ray permaneció algo más de tres semanas tumbado de espaldas con la pierna derecha y el brazo izquierdo levantados. Le pusieron dos multas, una por conducir a velocidad excesiva y otra por no llevar el cinturón de seguridad. Un día, una enfermera lo descubrió viendo películas en un DVD portátil Panasonic que le había prestado el hijo de Schmidt. Y le preguntó: «¿Trabaja usted en cine?»

«Sí.»

«¿Y qué hace?»

«Antes dirigía una empresa llamada October Films.» Ray observó que a la mujer se le empañaban los ojos, y añadió: «¿Ha oído hablar de Miramax?»

«Por supuesto que he oído hablar de Miramax.»

«Pues mi empresa era algo parecido a Miramax, pero sin tanto éxito.»

12. EL REY DE NUEVA YORK
1999-2000

- ***De cómo Harvey Weinstein fantaseó con Tina Brown, estuvo enfermo de muerte, hizo llorar a Uma Thurman y volvió loco a Martin Scorsese mientras Steven Soderbergh salía del atasco de* Traffic*.***

Le dije a Martin, cuando hizo *Gangs of New York*: «Con ésta has vendido tu alma al diablo. Al mismísimo diablo. ¡A Satán! ¡A Lucifer!»

SPIKE LEE

En 1999 ya parecía que Harvey se aburría. Las compras habían perdido su brillo, y *Salvajemente tiernos*, el «gordo» de Sundance en 1998 con su incómoda etiqueta de diez millones de dólares, recaudó unos exiguos dos millones cuando se estrenó el 1 de octubre. Este fracaso significó la rotura del hilo que llevaba de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* a *La vida es bella,* pasando por *Cinema Paradiso, Juego de lágrimas, El piano, El otro lado de la vida* y *Trainspotting*. La empresa cerró el grifo de las compras hasta 2002, cuando Miramax pagó unos alucinantes veinte millones por *Hero* de Zhang Yimou, que, para Harvey, iba a ser la nueva *Tigre y dragón*.

De hecho, Harvey había permitido que su exitoso departamento de compras, el puntal de la empresa durante tantos años, se disolviera en un charco de mediocridad. Amy Israel y Jason Blum se marcharon en 2000 para lanzar su propia productora, una salida

posiblemente acelerada –por lo menos en lo que atañe a Blum– por el incidente del cigarrillo encendido durante la negociación de *Corre, Lola, corre* en el Festival de Toronto de 1998. Como dice Geoff Gilmore cuando habla de sus sucesores: «Ya no están en contacto conmigo. Antes esos chicos siempre me llamaban y me decían: "¿Qué está pasando? ¿Qué hay de bueno?" El nuevo personal es mucho menos sutil en lo que respecta a las cosas que hacen que una película sea interesante y que le dan posibilidades de ser un éxito. Ni siquiera sé cómo se llaman. Los competidores de Harvey, sus pares, le están infligiendo una derrota aplastante.»

A Harvey eso no pareció preocuparle durante un tiempo. En 1999, en Cannes, se quedó cruzado de brazos. La moraleja de *Shakespeare in Love* parecía obvia: ¿por qué poner en peligro la vida por una peliculita como *Priest*, que prácticamente no tiene lado positivo, cuando se puede ganar un montón de dinero y de elogios, incluido un Oscar, produciendo dramas costumbristas y, entretanto, pasando de películas como *Kids, Boogie Nights, Election, Happiness, American Beauty* y, más tarde, *Traffic*? Como dice Lechner: «Cuando Harvey empezó a ser más productor que distribuidor, se puso a trabajar más que nunca según sus gustos personales. Y sus gustos le mandan hacer películas que hagan sentir bien al público, películas sobre comida, sobre la Segunda Guerra Mundial, sobre desvalidos que triunfan. Y, a medida que Miramax fue cosechando éxitos, ganando más estatuillas, Harvey se sintió más libre para ser él mismo.» El éxito le permitió ser Harvey, y Harvey es un hombre que siente mucha más afinidad por Claude Lelouch que por David Lynch.

La abogada Linda Lichter señala que, para las empresas independientes, «la producción es una trampa. Una vez que se empieza a gastar dinero en producción, queda menos para compras. Y las compras financiadas fuera del sistema suelen hacerse con mayor libertad, son auténticamente independientes. Hacer una película en Miramax –o en cualquier otra de las minigrandes– llegó a ser un proceso casi idéntico a hacerla en Disney. Están sujetas a la misma clase de presiones que un estudio, evitan los riesgos. Hay ejecutivos que se creen productores, que le encuentran montones de defectos al guión, que le quitan la voz personal y que lo rehacen a

su antojo. Y de repente la película acaba desnaturalizada, deja de tener ese brío y ese encanto que todos buscamos».

En otras palabras, mientras el mundo independiente se «miramaxeaba», la propia Miramax se «disneyceaba». Harvey cogía las películas independientes y les quitaba el filo, les suavizaba la voz, como en los viejos tiempos había americanizado las películas extranjeras. En cierto modo, Miramax se convirtió en un caballo de Troya a través del cual los valores de los estudios llegaron a impregnar gran parte del mundo independiente. En palabras de John Schmidt: «El juego de hacer supuestas películas de arte que cuestan treinta o cuarenta millones, con campañas de márketing de veinticinco o treinta millones, ha contagiado a todo el mundo. Todos gastan más y todos ganan menos.» No era una conspiración; nadie se propuso exactamente subvertir el mundo independiente. Como Disney, la gente de Miramax sólo intentó maximizar el rendimiento de la inversión; es decir, ganar dinero. Todo lo demás fue una mera consecuencia. Hasta cierto punto, simplemente «ocurrió». Al final, estaba claro que la voz de Miramax no era Quentin Tarantino, sino John Madden y Lasse Hallström.

Pese a las rencillas –gritos, platos lanzados al aire, portazos–, Miramax y Disney tenían más cosas en común de las que estaban dispuestas a admitir. Disney se parecía mucho al molde de la enérgica Paramount de Barry Diller de finales de los años setenta y principios de los ochenta, gracias a Eisner y Katzenberg, ex «dilleristas». Paramount controlaba con firmeza los costes, les daba voluminosas notas a los guionistas, no le importaba leerle la cartilla a los directores ni inmiscuirse en el proceso, reescribir, volver a filmar, volver a montar. Lo mismo hacía Disney y, lo que es más importante, lo mismo hacía también Miramax. La empresa de los Weinstein ganaba dinero, ganaba Oscars y consolidaba sus archivos filmográficos. En palabras de Rob Moore, ejecutivo de Disney que se había hecho cargo de los Weinstein cuando se marchó McGurk: «Miramax cumplía, y Disney también.» Y ésa es la razón por la cual la fricción entre ambas pudo dar lugar a tanto humo, pero no a mucho fuego. Ambas partes tenían fuertes incentivos para que el acuerdo funcionara. Disney sabía que, sin los Weinstein, Miramax no

era más que un caparazón vacío. Por su parte, los hermanos sabían que Disney era la propietaria del suelo que pisaban, es decir, de la marca y del archivo, y que financiarlos a ellos desde cero sería una proposición costosa para cualquier otro estudio. Además, por el modo como estaba estructurado el contrato, si se marchaban dejarían mucho dinero sobre la mesa. Después de *Kids* y *Priest*, McGurk fue a ver a Eisner y le dijo: «Oye, ¿quieres que venda Miramax? Me encantaría conseguir un múltiplo de diez a veinte por lo que pagamos. Por deporte, nada más.» Eisner le contestó: «Mientras yo esté aquí, nunca venderemos esa empresa.» Dice McGurk: «Eisner creía que habían creado una de las mejores marcas de la industria, por lo que todo esos rumores de marcharse eran tonterías por ambas partes. Mirad lo que hizo Disney con la empresa de los Weinstein. Nadie podía atajarlos desde el punto de vista de los beneficios antes de que Disney los comprase, y ahora ganan ciento cincuenta millones por año.»

La primera fase de Miramax, su edad del bronce, duró siete años, de 1979, año en que se fundó, a 1986, cuando se estrenó *Playing for Keeps* y el puñado de primeros empleados, quemados y amargados algunos, se marcharon en masa. La segunda fase, la edad de plata, duró seis o seis años y medio, desde 1987 hasta mediados de 1993, cuando Disney compró la empresa y se marchó otro considerable grupo de empleados. La tercera fase, la edad de oro, duró cinco años, desde la venta a Disney a mediados de 1993 hasta el Oscar por *Shakespeare in Love*. Durante este período, Miramax destrozó a la competencia y, al mismo tiempo, disfrutó de enorme buena voluntad por parte de la crítica y de grandes éxitos comerciales, tras comprar películas sacadas a subasta mientras Dimension batía récords con *El cuervo* y la serie de *Scream*. Harvey supo consolidar su propia escudería de estrellas –Ben Affleck, Matt Damon y Gwyneth Paltrow– y produjo un director superestrella llamado Quentin Tarantino.

Pero, tras *Shakespeare in Love,* cuando Miramax viraba a la derecha, cuando abandonaba el carril rápido para ponerse en el carril central, también desertó otro grupo de empleados clave. No fue sólo el equipo de compras; en la segunda mitad de los años

noventa se les sumaron Linde, Webster, Lechner, Bowles, Gigliotti y Foley. La tercera fase del cohete se fue a pique. Habían pasado los días de gloria, al menos por un tiempo.

Sin embargo, Harvey nunca trazó ningún rumbo que él no pudiera, o no quisiera, cambiar. En cuanto dio la espalda a las compras empezó a consumirse de envidia al ver a sus competidores entrar en el vacío. Recuerda Kevin Smith: «Estábamos en el despacho de Harvey el lunes después de ese fin de semana en que *El proyecto de la bruja de Blair* se forró. La revista *Time*, con *El proyecto* en portada, dormía en su bandeja de entrada de la correspondencia. La señalé y dije: "¿Qué ha pasado?" Harvey dijo: "No tengo idea." Le cabreaba de verdad no haberla comprado, y también ver que alguien era capaz de hacer una Miramax sin ser Miramax.» Las antiguas rivalidades pueden haber producido punzadas de celos, pero su auténtico rival parecía estar cada vez más cerca de casa, a saber, su hermano Bob, que estrenaba prácticamente un éxito de taquilla al año. En palabras de Cassian Elwes: «El éxito de Dimension convirtió a Miramax en una empresa que esperaba obtener unos beneficios de cien millones de dólares en lugar de veinte. Pasaron al siguiente nivel.» A medida que Dimension crecía a ritmo vertiginoso, Harvey tomaba prestadas las estrellas de Bob, por ejemplo a Neve Campbell, para películas como *54*. Prosigue Smith: «Le decíamos a Harvey que no queríamos hacer *Jay y Bob el Silencioso contraatacan* en Miramax, que queríamos hacerla en Dimension porque creíamos que no era una película para Miramax. Le dije: "Mira, tío, ésta es una película de género. Ya sé que aquí estás haciendo películas de género, como *Alguien como tú*, pero no quiero ser el que contribuya a la caída de lo que Miramax significa." A mí lo que decía Eisner me parecía muy cierto. Harvey no se enfadó; dijo: "Eliges a mi hermano para hacer la película comercial y yo tengo que hacer la mierda de las películas artísticas." Más tarde me enteré de que se había mosqueado cuando vio que nos pasábamos al otro bando.»

Harvey tenía su Oscar y le había enseñado a Hollywood que era capaz de comprar, producir y comercializar lo mejor. En el proceso, él y su hermano habían creado una minigrande terriblemente rentable. Como Oliver Twist, si bien en circunstancias algo menos apuradas y

con mucha menos cortesía, Harvey gritó: «¡Por favor, señor, quiero un poco más!» Pero no era más éxito ni más dinero lo quería, sino más poder, influencia y respeto. Las incansables tropas del departamento de prensa salpicaron con artículos acerca de su persona el lienzo de la industria del cine, de la publicidad y, poco después, de la política; Harvey llegó a ser un genuino Jackson Pollock del autobombo. Dice el productor Scott Rudin: «Harvey es alguien que, cada vez que se tira un pedo, siente la necesidad de emitir un comunicado de prensa.» Prácticamente alquilando espacio en las columnas de cotilleos de los tabloides de Manhattan, creyó ser el rostro de la ciudad. Para sus enemigos, era lisa y llanamente un hipócrita. «Trató de posicionarse como Mister Nueva York, el alcalde no oficial», dice Spike Lee. «Por eso, cuando Harvey habla de lo que hace por Nueva York... "Eh, cabrón, ¿por qué no filmas algunas de tus películas en Nueva York en lugar de llevar todos esos desenfrenados rodajes a Toronto?" Nadie habla de eso.»

En este sentido, el gran problema de Harvey era que la ciudad ya tenía un alcalde, Rudolph Giuliani, el ex defensor de la ley y el orden; por lo tanto, mentalmente, Harvey era el «sheriff» de Nueva York. (Detrás de su escritorio cuelga un póster de *Nevada Smith*: Steve McQuinn enseñando el revólver.) Todavía atormentado por lo que sea que atormenta a alguien que ha nacido en Brooklyn y crecido en Queens, que ha dejado los estudios, que ha sido rechazado por los reyes y las reinas de Hollywood a los que la rana no les dejaba ver al príncipe, Harvey tenía hambre de nuevos territorios, dominios que le permitieran acceder a los mundos intelectualmente muy cuidados de la publicación de revistas y libros. Y quería a Tina Brown, ex editora de *Vanity Fair* y luego editora de *The New Yorker*, como adorno de su capó.

El 8 de julio de 1998, Brown sorprendió al mundo de los medios de comunicación yéndose de *The New Yorker* para aventurarse en una nueva empresa, una revista editada por Miramax: *Talk,* que abrió otra fisura entre Weinstein y Eisner. El presidente de Disney tenía su propia relación con Brown, y lo que quería era que hiciese algo para él. «Contratar a Tina Brown fue un gran problema», dice Joe Roth. «Michael pensaba que era amigo de Tina, y ella no paraba

de intentar que Harvey le hiciera saber a Michael que estaban en negociaciones, algo que estaba totalmente fuera del plan de negocios y, por lo tanto, tenía que aprobarse. Harvey llamó a Michael Eisner a las diez de la noche antes de que la noticia bomba se hiciera pública. Michael estalló. Para él, tener una compañía de cine y una revista, especialmente una revista cara, eran cosas incompatibles, y se pronunció en contra. Se trataba de algo muy distinto de lo que esos hombres habían pactado.» Añade Roth: «A Harvey le preocupaba que, si se lo decía antes, Michael se las arreglara para sabotearlo todo; por eso se arriesgó, y es posible que le hiciese creer a Tina que no tenía que pedir permiso.» Eisner podía haber vetado el trato; al principio le dijo a Harvey: «No voy a permitir que lo hagas.» Al final, Eisner no tuvo ganas de humillar a Weinstein. Con todo, los dos hombres prácticamente dejaron de dirigirse la palabra.

Tras perder el Brooklyn Navy Yard como sitio para la fiesta de lanzamiento de *Talk* cuando el alcalde Giuliani descubrió que Hillary Clinton, su probable rival en la carrera a senador por Nueva York, adornaría la portada del primer número, Brown se aseguró Liberty Island. La fiesta, que costó más de doscientos mil dólares, se celebró el 2 de agosto de 1999, poblada de estrellas, al pie de la Estatua de la Libertad, engalanada para la ocasión con festivos farolillos japoneses. Si Harvey quería abrirse camino en el encantado mundo de los intelectuales famosos de Nueva York, lo consiguió superando sus sueños más locos. Todo el que era alguien asistió a la fiesta, que contó con la presencia de unos mil cuatrocientos invitados, desde Salman Rushdie, recién salido del exilio interior forzado por la *fatwa*, hasta Madonna y Henry Kissinger. Cuando la primera ronda de fuegos artificiales iluminó el puerto de Nueva York en un despliegue espectacular, George Plimpton exclamó: «¡Ésta es para Harvey y Bob Weinstein!»

A Barry Diller no le gustó nunca que USA Films comprase *Traffic*,

de Steven Soderbergh. No pensó que había una remota posibilidad de que pudiera reducir el presupuesto, y mucho menos, dar pérdidas. Una película de arte de cincuenta millones, y encima, sobre drogas, en Navidad, con ese director detrás de la cámara. Y con secuencias en español con subtítulos. Y con tantos actores, que era necesario llevar la cuenta para no perderlos de vista. Y un argumento tan retorcido, tan lleno de traiciones y dobles traiciones, que era casi incomprensible. Por supuesto, a Diller no le gustaba nada de lo que veía en la programación de USA. No le gustaba *La musa*, y tampoco el proyecto sin título de los hermanos Coen para USA, conocido solamente como «la película del barbero». A Scott Greenstein, presidente de USA, le dijo algo así como: «Las películas de los hermanos Coen no dan dinero. La mejor, *Fargo*, recaudó treinta y cinco millones, y con Fran McDormand camino del Oscar. Estaba embarazada, y deliciosa. Billy Bob Thornton no está embarazado ni es encantador. ¿Quién va a pagar para verlo parecerse a Humphrey Bogart atado a la silla eléctrica, un personaje que muere por un delito que no ha cometido y encima en una película en blanco y negro? Estás loco si haces esa película.» Pero Diller siempre actuaba así. Para él todo era una mierda, y el trabajo del ejecutivo consistía en convencerlo de lo contrario.

Por regla general, Greenstein trataba de anticiparse a todos los caprichos de Diller, pero por alguna razón tenía cierta debilidad por *Traffic*. La carrera de Soderbergh estaba en proceso de recuperación. Por supuesto, no podía haberle ido peor a un director que ya no era un niño prodigio, sino casi un cuarentón desesperadamente necesitado de un éxito. *Schizopolis* se había proyectado en Cannes en 1997. La reacción, si no positiva, al menos fue unánime. Dice el director: «Vi que unas cuatrocientas personas se rascaban la cabeza al mismo tiempo. Mucha gente se fue de la sala en cuanto vio que en la película no había ni un solo actor reconocible.» La película se estrenó por todo el país en otoño de ese año, más o menos junto con la otra de Soderbergh, *Gray's Anatomy*, y no tardó en bajar de cartel. *Schizopolis* «probablemente cruzó la línea de lo personal para entrar en lo privado», dice el director. «Cuando hice esa película mi idea era filmar una parecida cada dos años y vivir de eso. Ahora

bien, todas las ideas que pude tener sobre la posibilidad de que fueran lo bastante comerciales para recuperar la inversión y permitirme hacer otra igual fueron mera fantasía. Si hubiera recaudado dos millones, aún seguiría haciendo esas películas.»

El gusto de Soderbergh, al menos en esa época, no era comercial; había venido siguiendo el modelo clásico de los independientes, como Jim Jarmusch, John Sayles, los hermanos Coen e incluso como Tarantino, haciendo películas para él mismo y dando por descontado que de una manera u otra encontrarían un público. Las de Tarantino tenían su público, pero, para Soderbergh, *Schizopolis* significó un brusco despertar. En palabras de Ethan Hawke: «Quentin no quiere saber nada. La mayoría no tenemos tanto talento como para que cada meadita nuestra se convierta en oro.» Soderbergh tuvo que estudiar muy a fondo sus opciones. *Schizopolis* le enseñó que tenía que colaborar, al menos un poco. «Me di cuenta de que tenía que dejar de mirarme el ombligo y empezar a pensar en las realidades económicas que implica hacer cine», dice el director. «Tuve que decidir si estaba contento o no trabajando al margen. Al repasar mis primeras cuatro películas, es algo asombroso ver lo ingenuo que fui cuando pensé que la gente querría verlas. Vivía en una burbuja, pensaba que iba a hacer esas cosas, hacerlas a mi manera, pero si la gente no va a verlas, se vuelve muy difícil.» Y optó por la solución «una para mí, una para ellos».

Casey Silver, en Universal, siempre había tenido debilidad por el director, que recuerda: «¡Casey me sacó de un sombrero! Y yo había hecho para él dos películas que no habían ganado ni un centavo.» Silver le ofreció *Out of Sight (Un romance muy peligroso)*, basada, como *Jackie Brown*, en una novela negra de Elmore Leonard. Dijo: «Ésta es una asignación abierta; ve y consíguela. Deberías hacerla.» La inclinación inicial de Soderbergh era escabullirse. Dijo: «Es perfecta para mí... No puedo hacerla.» ¿Y si fallaba? El peor de todos los escenarios era hacer una para ellos y cagarla. «No puedo ni siquiera llenar una sala.» Silver respondió: «No seas idiota.» Soderbergh se lo pensó un poco más: Es una llamada del servicio despertador. Ya ha terminado mi época de aprendiz, y si voy a ser otra cosa que un director de películas para salas de arte y ensayo, ya

es hora de dar ese paso. Es más fácil seguir donde estoy, pero tengo que mover el culo. Y llamó a Silver y le dijo: «Tienes razón, tienes razón. Quiero hacerla.»

Recuerda Soderbergh: *«Out of Sight* fue la mayor presión que experimenté jamás. Todo autoimpuesto. Fue un intento consciente de mi parte por entrar en un ámbito de la industria vetado para mí porque yo mismo me había marginado. Me levantaba todas las mañanas con un nudo en el estómago. Tenía que borrar eso de la mente todos los días en el plató y tomar mis decisiones básicamente como si estuviera rodando *Schizopolis*. Porque sabía que, si fallaba, estaba totalmente jodido.»

Out of Sight, con un buen guión de Scott Frank, fue la segunda incursión de Soderbergh en el territorio de Tarantino, y contó con la participación de varios actores que habían trabajado para Tarantino, incluidos George Clooney y Ving Rhames, y también con apariciones especiales de Sam Jackson y Michael Keaton, que retomó el mismo personaje que había interpretado en *Jackie Brown*. Soderbergh pensaba que sus películas se habían vuelto demasiado frías y cerebrales, por lo cual intentó parecerse más a Tarantino, que era caliente y cerebral, y con *Out of Sight* lo logró: filmó el mejor clon de Tarantino hasta la fecha, una película tan buena que no parecía un clon. *Out of Sight* es un filme salvaje y alocado en el que también trabajó Jennifer Lopez. Los actores secundarios –especialmente Don Cheadle– están deslumbrantes. Como Tarantino, Soderbergh experimentó con la alteración de la estructura temporal –llegó a utilizar película coloreada–, y todo eso dentro de la piel de una película comercial. Decidió entonces formar una compañía de repertorio en la que figuraban Cheadle, Luis Guzmán y, sobre todo, Clooney. *Out of Sight* también ganó mucho dinero, como *Jackie Brown* (recaudó unos treinta y siete millones de dólares), pero como serio recordatorio de las diferencias entre una película de estudio, incluso de una dirigida por Soderbergh, y una película de Miramax, costó el doble (unos cuarenta millones) y, por lo tanto, se consideró un fracaso. Con todo, Universal reconoció que Soderbergh había cumplido, y eso condujo a *Erin Brockovich*.

Mientras tanto, en septiembre de 1999, Soderbergh se había

encontrado por casualidad, en el aeropuerto, al regresar del Festival de Cine de Toronto, con Greenstein y Russell Schwartz, el presidente de USA Films. En Toronto se había proyectado su nueva película: *El halcón inglés*. Soderbergh había hecho tres películas con Schwartz cuando el ejecutivo trabajaba primero en Miramax y luego en Gramercy –*Kafka, El rey de la colina* y *The Underneath*–. Ambos miembros del dúo USA habían oído hablar de *Traffic,* pensada como nueva versión de una miniserie británica de seis horas de duración sobre las guerras del narcotráfico, y dijeron: «No creemos que nadie más vaya a hacerla. Pero nosotros sí.» Estaban lanzándose a una importante aventura. *El halcón inglés*, que a Artisan sólo le reportó pérdidas, aún no se había estrenado, y lo único que sabían de la otra nueva película de Soderbergh, *Erin Brockovich*, era que se trataba de un vehículo caro –cincuenta millones– para Julia Roberts, cuyo estreno estaba previsto para marzo próximo. El trato de *Traffic* se montó en Fox, y todavía ni siquiera había un guión. Soderbergh repuso: «Me alegra oír eso; os haré saber qué pasa con Fox.» Es discutible que Greenstein hubiese visto alguna de las películas de Soderbergh. Del mismo modo, si Soderbergh sabía que Greenstein tenía las manos manchadas de sangre de October, no le importó mucho. «Para ser franco, puesto que nada de eso me afectó, no se me pegó», dice el director. «En esta profesión, de lo único que puedes fiarte es de que la gente actuará de manera expeditiva en su propio interés; por eso trato de crear circunstancias en las que mis necesidades y las necesidades de ellos estén lo bastante cerca para no ser un problema.»

Traffic resultó ser un golpe maestro para la tambaleante nueva división de cine de USA. Con aún mucho por demostrar, Greenstein necesitaba desesperadamente directores del calibre de Soderbergh. Ni Greenstein ni Schwartz inspiraban mucha confianza a las bases. USA era un lugar tan caótico que, según otro ejecutivo: «No había ninguna lista que indicara con quién se había cerrado un trato, ni ejecutivos designados para supervisar los tratos una vez cerrados. Era más sencillo llamar, por ejemplo, a Further Films, de Michael Douglas, y preguntar "¿Hemos cerrado un trato con vosotros?", que preguntárselo a alguien de USA.» La respuesta de Greenstein a

todos los proyectos que le presentaban era siempre la misma: «¿Podemos poner a Harrison Ford y/o Leonardo Di Caprio en esa película?» Señala otro jugador de USA: «Todo lo que Scott hacía era una parodia de Harvey Weinstein. Si un problema provocaba la reacción de un actor, Scott pasaba por encima de la cabeza del agente y llamaba al jefe de la agencia, pensando: Esto es lo que haría Harvey. El problema radica en que Scott no es Harvey. Es incapaz de mangonear a nadie. Harvey es capaz de arrinconarte en una fiesta, contra la pared, de amenazarte y dejarte inmóvil. Cuando Scott lo hace, la gente se cabrea.»

Un ejecutivo del estudio describe la dinámica de Diller y Greenstein en estos términos: «una extraña relación de amor-odio». Diller objeta: «Nunca hubo amor-odio. En primer lugar, nunca hubo amor» –pausa– «y tampoco nunca hubo odio. No tuvo mayor trascendencia. Lo nuestro pasó de grandioso a terrible. A veces la gente es capaz de comunicarse entre sí y mantener auténticas conversaciones. Pero si no se puede tener una auténtica conversación, todo se hace muy duro. Nosotros –por nuestra experiencia y nuestro temperamento– no pudimos mantener tales conversaciones. Por eso no fue un proceso sencillo; no obstante, de ahí salieron algunas películas bastante buenas.»

Diller entendía que, si USA de verdad quería producir películas, tenía que contratar a un jefe de producción, a un nuevo Bingham Ray, alguien con buenas relaciones con los actores y que supiera de qué iba la cosa. A mediados de octubre de 1999 le ofreció el puesto a Donna Gigliotti, que se había ido de Miramax después de *Shakespeare in Love.* Gigliotti, que había trabajado con Greenstein en Miramax, no se moría por firmar. Recuerda: «La gente me decía: "Estás loca. ¡No hagas eso!"» Gigliotti se reunió con Diller en el despacho del ejecutivo, en la calle Cincuenta y siete Oeste, y preguntó: «¿Cómo funciona esto? ¿Cuál es la estructura?»

«Scott dirige la empresa; tú estarás a sus órdenes.»

«Bueno, creo que aquí se acaba esta reunión», dijo Gigliotti, y se puso de pie.

Intrigado, Diller preguntó: «¿De qué estás hablando?»

«Greenstein no sabe nada de lo que yo hago; ¿por qué tendría

que ponerme a sus órdenes?»

Dicho lo cual, se marchó. Sin embargo, Diller insistió. En palabras de una fuente: «Le ofrecieron todo menos Fort Knox.» Harvey le aconsejó: «Pídeles esta cifra. Si lo consigues, lánzate de cabeza.» Finalmente, Diller le ofreció a Gigliotti una cláusula de «felicidad». Le dijo: «Olvida eso de estar a las órdenes de Scott. Si en un año no estás contenta, yo te haré feliz.» Y Gigliotti aceptó.

Según Michael Jackson, que antes había trabajado en el Channel Four británico, y a quien Diller puso por encima de Greenstein como director ejecutivo de USA Entertainment, la relación entre los dos hombres dio un vuelco espectacular –para peor– después de que USA despilfarrase unos veinte millones de dólares en *Divina pero peligrosa*, la película de Michael Douglas, que se estrenó demasiado rápido en demasiadas salas. Dice Diller: «Eso es mucho dinero para las pequeñas compañías.»

Gigliotti observó cómo trataba Diller a Greenstein, al que, según la productora, pisoteaba como si fuera un felpudo. Dice un ex ejecutivo de USA: «Diller tenía que aprobar todos los tratos; a los ejecutivos se les ordenaba que nunca revelaran ese detalle de la vida dentro de USA.» Recuerda Gigliotti: «Greenstein le tenía terror a Diller. Delante de él, farfullaba y decía ambigüedades e incoherencias. Al final, Diller le decía: "No estás pronunciando un discurso ante las Naciones Unidas. ¡Habla en inglés!"» Y añade: «Scott era capaz de decir cualquier cosa con tal de tener contento a alguien, pero luego ya no pudo. Prometía cosas que era incapaz de cumplir; siempre estaba haciéndole la vida imposible a todos, tomando decisiones estúpidas y precipitadas, pagando demasiado por algo, cualquier cosa.»

Gigliotti pensaba que Greenstein le tenía miedo, y no sin cierta razón. De hecho, ella se convirtió en el Bingham Ray de Greenstein. Le gritaba delante de sus empleados. A resultas de años de malos tratos a manos de los Weinstein, Greenstein ya tenía piel de rinoceronte, pero Gigliotti le dio caña para que reaccionase. En un incidente que en la empresa adquirió tintes de leyenda, Gigliotti cogió el teléfono y escuchó: Greenstein negociaba con Barry Mendel –un productor que tenía un proyecto llamado *Flora Plum* en la empresa de Jodie Foster– un acuerdo que se había cerrado en USA

con un presupuesto de veinticinco millones antes de que ella se incorporase. Recuerda la productora: «A Greenstein le daba terror hacer esa película aunque ya había comprado el guión y dado el visto bueno. Había llamado a Barry sin que yo lo supiera, y estaba insistiéndole en la posibilidad de reducir el presupuesto. Yo grité: "Scott, retírala."»

Traffic, que al final Bill Mechanic, de Fox, le devolvió a Soderbergh después de que el proyecto se fuese al traste, comenzó a rodarse en marzo del 2000 protagonizada por Michael Douglas, Benicio del Toro y Catherine Zeta-Jones. Mientras se ponía en marcha, quedó claro que *Erin Brockovich*, que acababa de estrenarse, sería un gran éxito. Greenstein trató a Soderbergh como a una delicada figurilla de porcelana. USA Films le dio tanta libertad que ni siquiera asignó un ejecutivo a esa película. Básicamente, el director podía hacer lo que quería, es decir, trabajar como le gusta trabajar. «Soderbergh es un chico inteligente, sabe mucho de cine», dice Gigliotti. «Si te sientes desesperado o débil, mejor no te enfrentes con él. Te desprecia.»

Cuando Soderbergh proyectó su montaje para la gente de USA, las reacciones fueron de tibias a desesperadas. Con dos horas y cincuenta minutos, a esta versión le sobraban, como mínimo, cuarenta minutos, y era imposible de seguir. La compañía presionó para que se acortase. En un momento, dando la impresión de querer hacer un auténtico esfuerzo por obedecer, Soderbergh le metió mano al personaje de Douglas y llegó a extirpar el punto culminante de la gran escena en la que el actor renuncia a su puesto de coordinador del control antidrogas. El director almorzó con el actor antes de la proyección, pero olvidó prepararlo para la magnitud de los cortes. Cuando Douglas vio la película, se enfadó muchísimo y amenazó –o, más bien, sugirió– que podría no apoyarla. Soderbergh volvió a poner en su lugar lo que había cortado. Algunos ejecutivos de USA conjeturaron que Soderbergh no le había dicho nada a Douglas porque imaginaba su reacción, reacción que luego había utilizado para acallar a USA.

Soderbergh lo niega: «No. Yo no trabajo así. No necesito esas artimañas. Intenté algo radical porque todo el mundo me decía que cuanto más corta, tanto mejor quedaría, y quería ver cómo quedaba

si la reducía exclusivamente al argumento y eliminaba todo el rollo de los personajes. Michael me dijo: "Mira, es tu película, pero creo que has destruido lo esencial de este personaje. En esta versión es un cero a la izquierda, como en el primer borrador del guión que leí." Y tenía razón. Es realmente cierto que se puede hacer que la película parezca más larga acortándola, porque la gente no sabe por qué ve ciertas cosas. Le has quitado la motivación, las reflexiones.»

Al final, USA cedió. Pensaba que tenían una de esas grandes películas en la que se capta lo esencial, quiénes son los malos y quiénes los buenos, y fácil de seguir. Si trataban de arreglarla, no iba a funcionar. Se habrían necesitado subtítulos debajo de las cabezas de los personajes que dijeran: «General Salazar, malo». Y ése fue el final de los recortes.

No todo iba bien en el rancho de Miramax. *Shakespeare in Love, La vida es bella* y *The Faculty*, de Robert Rodriguez, proporcionaban un flujo constante de beneficios, pero aparte de *Alguien como tú*, en 1999 no hubo otra *Shakespeare in Love*, y ni siquiera una *Vida es bella*, aunque el departamento de Disney sacó una versión doblada con la esperanza de exprimir al máximo su cuento de hadas del Holocausto. Ese año todos los estrenos fueron estrepitosos fracasos: *Holy Smoke, Human Traffic (Generación Éxtasis), Los secretos de la inocencia, B. Monkey, The Lovers on the Bridge, No puedo perderte por algo tan tonto como el sexo, A Walk on the Moon, eXistenZ, The Castle, Mansfield Park,* etcétera.

Hasta Dimension perdió pie. *Secuestrando a la señorita Tingle* (1999) costó trece millones de dólares y sólo recaudó nueve.

Seis años después de la venta a Disney, Miramax seguía siendo caótica. La empresa había crecido de manera espectacular, pero salvaje y promiscua, como mala hierba en un jardín que nadie cuidaba. Puesto que gran parte de los empleados no habían trabajado nunca en ninguna otra parte, desconocían las más rudimentarias técnicas de gestión. Bob y Harvey se enorgullecían de

ser agarrados, pero, según una fuente, se malgastaban millones de dólares solamente en los costes directos de márketing. La ineficiencia era la norma. Los asistentes de Harvey no daban a conocer su agenda, por lo cual los empleados nunca sabían cuándo los convocarían a una reunión. De repente un ejecutivo recibía una llamada de uno de los asistentes de Harvey:

«Harvey quiere verte. Ahora.»

«Muy bien. ¿De qué quiere hablar? ¿Qué tengo que llevar?»

«No sé. ¡Trae todo lo que tengas!» Al otro extremo de la línea, el ejecutivo, que tal vez estaba reunido con un director, montando un tráiler, revisando material gráfico para publicidad o cualquier otra cosa, lo dejaba todo, juntaba sus papeles, reunía a las tropas –por ejemplo, el departamento de márketing o el de prensa, o los dos– y se las llevaba a la sala de reuniones donde, tal vez, tenían que esperar tres cuartos de hora mientras Harvey atendía llamadas, puede que una llamada del presidente Clinton, no sin asegurarse de que todo el mundo se enteraba. O, después de que la reunión por fin empezara, Harvey se ponía de pie y decía: «Tengo que ir a almorzar, chicos; quedaos aquí y encargad algo de comer. Ya vuelvo.» O: «Tengo que bajar a ver una parte de una película.» A veces se celebraban cuatro o cinco de estas reuniones por semana, abiertas y maratonianas. Tras las cuales, los empleados tenían que cumplir su jornada laboral de diez horas.

Harvey siempre había sido famoso por su sobrenatural captación de los detalles, pero, a medida que la empresa fue metastizándose y él empezó a preocuparse por *Talk* o por la política, contrajo demasiadas obligaciones y ya no prestaba atención, o sencillamente porque no quería admitir que estaba equivocado se volvió cada vez más víctima de la memoria selectiva. Los empleados aprendieron a ponerlo todo por escrito, a crear un registro en papel porque Harvey olvidaba lo que le decían o fingía olvidarlo. Como siempre, sus malas ideas superaban con creces a las buenas, pero si en el pasado había sido posible disuadirlo de las malas, ahora era cada día más difícil conseguir que cambiase de opinión o que admitiese que no tenía razón. Tendía a estallidos del estilo: «¡Yo soy Ariel Sharon! ¡Vosotros sois los palestinos, los que lucháis con piedras y palos!» O: «Soy el

comandante de los carros de combate y vosotros sois la infantería. Pronto os aplastaré.» O: «Yo soy el rey, y el rey decide.» Insistía en que había que llevar a la práctica todo lo que se le pasaba por la cabeza. Tenía una película llamada *Malena*, dirigida por Giuseppe Tornatore, y estaba convencido de que sería un gran éxito. No estaba dispuesto a que le dijeran lo contrario y, a pesar de todos los consejos, despilfarró cientos de millones de dólares antes de darse por vencido.

Sin embargo, los comandantes de las fuerzas blindadas tienen que ser capaces de dar órdenes; los Weinstein, en cambio, solían atascarse en la indecisión, sobre todo si estaban nerviosos o con miedo a estrenar una película perdedora. Bob era famoso por su incapacidad de decidir en lo tocante a material creativo –particularmente si Harvey lo desautorizaba o lo ridiculizaba– hasta que era casi demasiado tarde. La gente se acostumbró a no tirar nada a la basura porque lo que Bob detestaba hoy, era maravilloso la semana siguiente.

Cuando en otoño de 1999 empezó a avecinarse la temporada de vacaciones, Miramax no tenía nada que estrenar. Weinstein pensaba que *El talento de Mr. Ripley,* de Anthony Minghella, que había cofinanciado con Paramount, iba a ser su película para el Oscar. Cuando *Ripley* falló, lo único que Miramax pudo salvar de los escombros de 1999 fue *Las normas de la casa de la sidra,* la adaptación, dirigida por Lasse Hallström, de la novela de John Irving, un proyecto presentado y guiado por Meryl Poster, y que palidecía ante la audacia de, pongamos, *Tres reyes*, la película sobre la guerra del Golfo dirigida por David O. Russell, ex director de Miramax. Aun cuando los defensores del derecho a la vida se molestaron por el mensaje pro abortista de la película, se trataba de un mensaje tan tibio que podía ser casi invisible. Las críticas de la película de Hallström fueron respetuosas, aunque faltas de entusiasmo. Entre las voces discrepantes estaba Amy Taubin, guardiana de la llama del cine independiente, que en el *Village Voice* la calificó de «paternalista, inflada y aburrida».

Mientras Harvey coqueteaba con Freddie Prinze, Jr., y *Alguien como tú*, sus rivales no se quedaron cruzados de brazos. Fox

Searchlight estrenó *Boys Don't Cry*, la contundente tragedia de Kim Peirce sobre el travestismo, mientras USA lanzaba un vestigio de Gramercy*, Cómo ser John Malkovich*, una deliciosa película del guionista Charlie Kaufman y el director Spike Jonze, que hasta cierto punto eran unos recién llegados. New Line financió la rimbombante pero interesante *Magnolia*, con su tormenta de ranas incluida, dirigida por Paul Thomas Anderson. Hasta los estudios habían estrenado un aluvión de películas poco convencionales de independientes o de directores con sólo una película en su haber que luego aspiraron al Oscar, como *American Beauty*, que finalmente había ido a parar a DreamWorks. Warner Brothers estrenó *Matrix*, pasada por la picadora de carne del estudio por Lorenzo Buenaventura, un ejecutivo inconformista, pese a los dudosos antecedentes de los directores (los relativamente desconocidos hermanos Wachowski). Di Bonaventura también apadrinó *Tres reyes*, de Russell, mientras un poco antes ese mismo año, Paramount estrenaba *Election*, la película de Alexander Payne, otro ex alumno de Miramax. Según una fuente, una vez la película fue bendecida por la crítica, Harvey llamó a Payne para que se reuniera con él. Aunque Miramax no se había interesado por *Election*, «lo hicieron mierda. Le dijeron: "¡Estás en deuda con nosotros! Nosotros hicimos tu primera película. Tienes que hacer una película con nosotros"». Payne se quedó atónito. Se rumorea que más tarde el director dijo: «¿Sabéis una cosa? Soy tan ingenuo que creí que iban a decir que se habían dado cuenta de que habían dejado en la estacada a *Citizen Ruth*, que lamentaban haberme tratado de ese modo, que querían encontrar alguna manera de seguir trabajando conmigo... En cierto modo, eso era lo que yo quería que dijesen. Pero usaron la táctica exactamente contraria.»

En otras palabras, éste fue el año en el que finalmente florecieron las semillas sembradas por el huracán *Pulp Fiction*. La nueva generación de ejecutivos que alcanzó la mayoría de edad a mediados de los años noventa –Di Bonaventura, de Warner; Amy Pascal, de Sony, y Mike de Luca, primero en New Line y luego en DreamWorkscomenzaron, en cierto modo, a abandonar la arrogancia de los que se habían enfrentado a los cineastas en la generación que

los había precedido (los Eisner, los Lansing, los Semel y los Daley) y a hacer sus pinitos en «Indiewood», ya directamente o por medio de sus departamentos de cine independiente. En palabras de Ted Hope: «La cosecha actual, los que controlan la pasta en los estudios, en parte se han dedicado a esto por amor a las películas que vieron en los años setenta, y lamentan no tener la misma clase de triunfos culturales.»

Aunque los resultados han sido desiguales, estos nuevos ejecutivos no son tontos: se dan cuenta de que sus opciones son muy escasas. Como sus predecesores de los años setenta, saben que hasta los adolescentes se aburren –sobre todo los adolescentes– y que, al margen de la cantidad de dinero que hagan, los estudios necesitan continuamente reaprovisionar la cantera de actores y variar el producto, mezclar las cartas a fin de que, de vez en cuando, el público vea alguna cara nueva, como Steve Buscemi en *Armageddon* o a Ethan Hawke en *Training Day (Día de entrenamiento)*. Los estudios no sólo comenzaron a cerrar tratos con directores independientes, sino a darles, hasta cierto punto, carta blanca.

De todos modos, de momento parecía que esta extraña fruta, lejos de representar una invitación a los independientes por parte de los estudios, era precisamente lo contrario. «Creo que algo ha cambiado», dijo en aquellos días Russell, esperanzado. «En mi opinión, la cultura de Sundance ha tenido, sin lugar a dudas, un impacto en el público, que se ha vuelto más culto, y también en los estudios. Hace diez años, *Tres reyes* –una película de guerra y acción– habría sido *El sargento de hierro*, por y con Clint Eastwood, y *Election* –una película de adolescentes– habría sido *Movida en la universidad,* de Rosenthal. Hay ejecutivos que ansían trabajar con directores independientes y hacer películas distintas del "producto" corriente y moliente. Los estudios quieren encontrar al público de *El indomable Will Hunting.»* Hasta John Pierson, representante del productor, que lo había visto todo, suma su voz a este coro: «Ahora mismo puede decirse que David O. Russell es mi ídolo porque hizo *Spanking the Monkey*, una película sin presupuesto, y luego una comedia disparatada para Miramax, de nivel medio, *Flirteando con el*

desastre, que a pesar de todo era muy personal y realmente desopilante. Y ahora hace *Tres reyes*, probablemente la película más política del año, y dentro de un gran estudio, como una termita. Poner a George Clooney en esa película y conseguir que Warner pagara es algo fantástico.» Sin embargo, Pierson advirtió: «No nos dejemos llevar.» En efecto, aunque los estudios siguieron auspiciando a unos cuantos directores independientes –Wes Anderson y Spike Lee en Disney; Russell en Warner–, lo que amaban de verdad se llamaba *Spiderman, X-Men* y *La masa*. De lo que se distanciaban eran de las películas de alcance medio –entre cuarenta y sesenta millones–, creando así un nuevo hueco para Miramax.

Harvey, que se autoexcluyó de este festín, llegó a St. Bart's el día de Navidad a pasar allí sus acostumbradas vacaciones de invierno. Dos días más tarde, el lunes 27 de diciembre, llamó a su despacho para avisar de que no se sentía bien y que no quería que le pasaran llamadas. Estaba a cuarenta de fiebre y no conseguía bajarla. Tras ver a un médico local, llamó a su médico de Nueva York, que le dijo: «Mejor no arriesgarse; lo más conveniente es que regreses.» Sus ayudantes le encontraron como pudieron un avión en el que volver a Nueva York. Bob fue a recogerlo al aeropuerto de Newark y, envuelto en un velo de silencio, lo llevó de inmediato al New York Hospital.

En el Festival de Sundance de enero del 2000, Miramax estuvo casi invisible. *Girlfight*, de Karyn Kusama, la película más comentada por la prensa, fracasó en taquilla. Por otra parte, David Dinerstein y Ruth Vitale, de Paramount Classics, recogieron *Puedes contar conmigo,* de Kenny Lonergan, y también *Las vírgenes suicidas,* de Sofia Coppola, dos películas que obtuvieron recaudaciones nada despreciables. Artisan, que el año anterior se había llevado el gato al agua con *El proyecto de la bruja de Blair*, compró el segundo largometraje de Miguel Arteta, la extraña y cautivadora *Chuck & Buck*. La opinión de Arteta sobre el festival fue positiva: «Decir que

Sundance no tiene ninguna importancia es una locura», afirmó el director. «La gente como yo no tendría siquiera una carrera si no fuese por los riesgos que Sundance ha estado dispuesto a correr.»

Boys Don't Cry había tenido su taller en Sundance, tras lo cual se estrenó con muy buenas críticas. Se dice que Robert Redford se mosqueó cuando IFC Productions, que cofinanció la película, y Fox Searchlight, que la distribuyó, se llevaron todo el mérito mientras se hacía caso omiso del papel que había desempeñado el instituto. IFC se había ido convirtiendo en un engorro y en un tormento. Reflexiona un ejecutivo: «Redford era terriblemente competitivo con la IFC, y si la IFC empezaba a dedicarse a la distribución cinematográfica, y también a la producción, cosas que hizo, ¿por qué no Sundance?» Daba la impresión de que los talleres ayudaban a los directores a desarrollar sus proyectos, que el festival los exhibía, que la cadena televisiva los emitía y de que en breve las salas los exhibirían, pero en ese rompecabezas faltaba la pieza de la producción. Las películas que cultivaba no le proporcionaban prestigio ni tampoco, lo que es más importante, parte alguna de los beneficios. Como señala la misma fuente: «Parece casi como si Sundance hubiese sido una parte tan esencial del surgimiento del fenómeno independiente, que Bob quisiera capitalizarlo, no sólo en su propio provecho económico, sino para satisfacer su ego. Quería su cadena de cines, quería su canal, quería una nueva empresa productora, quería tomar parte en la distribución, en una palabra, quería lo que los demás tenían, y sólo él sabía por qué lo quería. Es muy voraz, su avidez ha aumentado en los últimos años, tal vez porque sus películas no han tenido éxito, tal vez porque está envejeciendo, quién sabe. Sundance es hasta tal punto parte de su identidad, que, si le va bien, termina de alguna manera llenando ese vacío interior. Es algo psicológico.»

En el pasado Redford había utilizado el festival como plataforma para publicitar nuevas iniciativas; este año las cosas no fueron distintas. Anunció la formación de Sundance Productions, dirigida por Jeff Kleeman, un veterano ejecutivo de producción a quien Redford consiguió sacar de MGM. La nueva empresa, una división del Sundance Group de Redford, ésta con ánimo de lucro, también

propietaria del centro vacacional, del catálogo y de Sundance Farms, que producía jabones y velas perfumadas, disfrutaría de la misma autonomía que el festival y el canal de televisión. Redford estaba a punto de hacer un trato muy suculento con Vulcan Ventures, de Paul Allen, que financiaría la nueva productora: le daría poder de control en el canal comprando su parte a sus dos socios –Universal (que había heredado la participación de PolyGram) y Showtime–; separaría a General Cinema del complejo de salas de cine, dejando a Sundance como única entidad facultada para controlar también eso, y financiaría una empresa de Sundance por Internet. De todo este variado bufé, parecía que lo que más entusiasmaba a Allen era el canal.

Parecía haber tanto dinero en perspectiva que, en lo que respecta a Sundance Productions, Redford afirmó tener fondos para desarrollo y márketing. Llegó incluso a hablar de comprar una distribuidora que, junto con las salas y el canal por cable, convertiría a Sundance en una auténtica central eléctrica del mundo independiente, un centro único de compras que podría incluso alzarse contra los grandes y, como mínimo, humillar a la advenediza IFC. El hecho de que este enorme animal independiente verticalmente integrado contradijera por completo la visión del Sundance de los primeros tiempos, estructurado precisamente para proteger a los directores noveles de las demandas del mercado, parece haber molestado sólo al menguante número de puristas de las filas de Sundance. En palabras de Sydney Pollack: «¿Ahora estás en el negocio de las salas? ¿Ahora tienes un canal de televisión? Vamos, hombre. ¡El Gobierno disolvió MCA por ese motivo!»

Sundance Productions previó una lista de doce películas en cuatro años. Algunas serían modestas, con un presupuesto de entre uno y dos millones, y otras podían llegar a los veinte o veinticinco millones. El presupuesto medio se fijó en quince millones de dólares. En el otoño de 1999, Kleeman sacó a siete personas de sus buenos y estables empleos para llevarlas al nuevo negocio; encontró un espacio en el Westside de Los Ángeles y contrató a un arquitecto para que diseñara el edificio de despachos. Comenzó a reunirse con productoras y distribuidoras norteamericanas y europeas, como

Good Machine, con las que Sundance Productions esperaba establecer alianzas. Aunque respetaban a Sundance, los ejecutivos manifestaron un gran escepticismo respecto de Redford, cuya reputación por dar vueltas a las cosas y martirizar a la gente era legendaria. El actor perdía a pasos agigantados su lustre de estrella de Hollywood, y si bien había hecho muchas películas en la ciudad, también había dejado de hacer otras tantas.

Sin embargo, en la primavera del 2000 la nueva productora se había centrado en varios proyectos y parecía estar en marcha. Sólo faltaba una cosa: dinero. ¿Dónde estaba el dinero de Paul Allen? La respuesta era: «Ya llega, ya llega, sólo hay que aguantar un par de semanas. Contrata a un publicista, prepara los anuncios.» Y Sundance Productions contrató a un publicista y lanzó un comunicado de prensa. Pasaron una y dos semanas y el dinero seguía sin llegar. La cantinela era la misma de siempre: «Tened paciencia, esperad; está por llegar.» Las semanas se convirtieron en meses, y a principios del verano los rumores volaban, en general en el sentido de que el trato estaba a punto de cerrarse pero que Redford no quería poner su firma en el papel. ¿Por qué? Según la historia que se contó más tarde, Redford estaba dispuesto a firmar, pero, cauteloso como siempre, consultó con Ruth Bernstein, a la que había contratado para que contribuyera a encajar la marca Sundance en empresas apropiadas. Durante una comida, Redford le preguntó: «¿Crees que tengo que cerrar este trato?» Colocando una servilleta sobre la mesa, Bernstein le dibujó un zepelín bastante grande y le dijo: «Desde mi punto de vista, este trato se parece a un zepelín. Y este zepelín va a aterrizar en tu patio trasero, pero no tienes idea de quién va a salir de ahí para instalarse en tu casa.» En cuanto Bernstein dijo estas palabras, Redford se dio cuenta de que ella tenía razón. Tenía que conocer mejor a la gente de Vulcan Ventures. Sin embargo, eso tendría que esperar un par de meses porque él estaba trabajando en *La leyenda de Bagger Vance*.

Luego, en junio del 2000, Vivendi, empresa de plantas depuradoras francesas que estaba reinventándose como central del espectáculo, compró Universal. En una rueda de prensa televisada, JeanMarie Messier, el director, enumerando las cosas ricas que

acababa de comprar, mencionó no solamente a Universal, sino también al mismo Sundance Channel que había despertado el interés de Allen. En otras palabras, la pequeña oportunidad que habría permitido a Sundance comprar la participación de Universal en el canal, con el dinero de Allen, se había truncado de golpe. El actor se había acostumbrado a hacer esperar a la gente. Tras terminar *La leyenda de Bagger Vance*, al parecer intentó resucitar su relación con Allen, pero se dio cuenta de que estaba del otro lado de la clepsidra. La gente de Allen no contestaba sus llamadas y poco a poco fue quedando claro que el trato estaba muerto. (Allen se ha negado a hacer declaraciones.) «Bob es ambivalente», dice Sydney Pollack. «¿Cómo se vende un importante interés financiero a alguien sin que te quite el control?» Esto es cierto, pero de poco consuelo para la gente contratada para llevar Sundance Productions, personas que murieron junto con el trato que nunca se firmó, el sueño de hacerse con el control del canal y de quitarle las salas a General Cinema.

Ese verano Redford despidió a Gary Beer, su director de operaciones, a su lado desde que Sterling Van Wagenen se marchara a mediados de los años ochenta. Fue Beer el que negoció el trato para el canal y las salas de cine. Según se cuenta, Beer recibió una notificación por mensajero justo después de cerrar el trato para el canal. Especula un ex ejecutivo de Sundance: «Bob se desenamora de la gente, incluso de personas que lo han acompañado muchos años, como es el caso de Gary. Dejan de ser, para él, juguetes nuevos y brillantes. Lo que quería de Gary es que fuera un triunfador a su servicio y, claro, lo que Gary podía hacer tenía un límite.» En su tiempo, Beer había «sundanceado» a unas cuantas personas; ahora le tocó el turno a él.

Mientras tanto, el Sundance Channel había luchado para mantenerse al nivel de la IFC. Era el eterno Avis contra el Hertz de IFC, y eso le dolió a Redford. Nora Ryan, la directora, y Dalton Delan, vicepresidente ejecutivo de programación, se marcharon, y en enero de 1998, en un intento de darle un giro al canal, Redford había contratado a Liz Manne, alguien, por fin, con experiencia en el mundo del cine independiente. Con Manne la programación mejoró y

las suscripciones aumentaron. No obstante, Redford seguía encontrándole defectos. Como ocurría con Harvey Weinstein, no importaba lo halagüeño del panorama: él siempre estaba descontento. Quería más y mejor. Era demasiado idealista, y el personal del canal era invariablemente el aguafiestas; sus empleados eran los encargados de decirle por qué no podían lanzar tal o cual programación original ni comprar la película ganadora de Sundance porque no tenían presupuesto. Por supuesto, a Redford no le gustaba que le dijeran que no. En palabras de una fuente: «Se puede pintar un cuadro, pero necesitas un marco. Explicando una y otra vez cuál era el marco, te colocas en la posición del coco. Y ésa no es una buena posición.»

Como todos los demás, Bob Weinstein pensaba que Harvey era un infarto de miocardio que esperaba el momento de producirse. Si hasta se dice que se reunió con el vicepresidente de contabilidad, Irwin Reiter, para determinar qué hacer «en caso de que». De pronto pareció que sus peores temores podían hacerse realidad. La naturaleza exacta de la enfermedad de Harvey fue un secreto celosamente guardado, tal vez, como conjeturaron algunos, porque en ese momento estaba renegociando –una vez más– su trato con Disney, pero también porque, así se dice, Eve, su mujer, prefirió que así fuese. Eisner no se enteró de que Harvey estaba ingresado hasta que lo leyó en los periódicos, y ni siquiera entonces Bob le dijo en qué hospital se encontraba. (Harvey se registró con un nombre falso.) Lo primero que todo el mundo pensó fue que se trataba, en efecto, de un ataque al corazón, aunque los empleados no tardaron en bromear: «¿Ataque al corazón? ¿Qué corazón?» Empezaron a correr rumores, desde cáncer de pulmón hasta bacterias carnívoras, sida, drogas, cualquier cosa, pero los pocos que sabían la verdad no la revelaban. El director James Gray dijo que Harvey tenía «la misteriosa enfermedad del líder del Kremlin».

Al principio invadió Miramax un vértigo del tipo «cuando el gato no

está, los ratones bailan». Pero, como se vio claramente que Harvey estaba gravemente enfermo, y que tardaría un tiempo en volver, las abejas trabajadoras, motivadas por una mezcla de compasión, lealtad y, como siempre, miedo, se esforzaron por mantener el buque a flote. Bob cogió el timón y todos arrimaron el hombro para funcionar como Harvey hubiera querido que funcionaran. Luego, el 2 de febrero, los ejecutivos de mayor categoría se enteraron de que Harvey había salido del hospital y que volvía a casa. Pronto estaría otra vez en el despacho.

Cuando Harvey volvió al trabajo, justo antes de que se anunciaran las nominaciones a los Oscar, se veía exhausto y débil, inseguro, con la cicatriz de una traqueotomía en la base de la garganta, cicatriz que él trataba de ocultar con un jersey de cuello alto. Había perdido veinte kilos y dejado de fumar. Reducido al miso y a la sopa de pollo, volvió a Miramax de pésimo humor. Por si fuera poco, los resultados de *El talento de Mr. Ripley* lo habían decepcionado totalmente. Le echó la culpa a Paramount por echar a perder la campaña de márketing cuando él no estuvo ahí para supervisarla. Parecía resuelto a probar que era el mismo Harvey de siempre o, en todo caso, más duro aún que el de siempre. «Las películas no funcionaban como deberían haber funcionado», recuerda uno de los asistentes de Harvey de aquellos días. «Él no se quedó sentado sin hacer nada y diciendo: Esto es sólo cíclico, todo volverá a ser como antes, sólo hay que seguir dándole duro. Su reacción fue: No estoy haciendo lo suficiente, mi gente no está haciendo lo suficiente. Cuando volvió, lo hizo con la misma brutalidad, obsesionado por cerciorarse de que todos éramos tres veces más productivos. Nada era nunca lo bastante bueno para él.»

Para los empleados que esperaban una palmadita en la espalda por no haber abandonado el buque en su ausencia, o los que esperaban que Harvey, tras verle las orejas al lobo, volviese sosegado y escarmentado, el regreso del copresidente de la empresa fue un duro golpe. Harvey siguió cuestionando hasta la última decisión tomada en su ausencia y ridiculizó la opinión de sus empleados como si quisiera demostrar que Miramax no podía funcionar si él no estaba. Tales son los caprichos del corazón

humano, que, a la vista de esta tormenta de malos tratos, algunos empleados sintieron pena por él. La gente encontró excusas: era un hombre al que le gustaba bailar pero que se había pasado en el hospital el baile de los Oscar; dejar el tabaco le atacaba los nervios. En palabras de un ex ejecutivo: «La gente buscaba razones para decir: "El ladrido es peor que el mordisco. Después siempre se disculpa." O: "Harvey no sabe hacer otra cosa. No hay que tomárselo a pecho, trata a todo el mundo igual." Pero entonces aparecía alguien y decía: "Y una mierda. Sí que sabe hacer otra cosa. ¿Le habla así a Eve? ¿Les habla así a sus hijas? ¿Le habla así a Gwyneth Paltrow? ¡No! Claro que sabe tratar a la gente de otro modo, pero le importa un carajo."»

Weinstein convocó una reunión en Elegant Film, la productora de Eve; quería repasar la campaña de los Oscar para *Las normas de la casa de la sidra,* una batalla difícil tras la tibia acogida que había tenido la película. La división de márketing, que se había enorgullecido por dos estatuillas a la mejor película en los últimos cuatro años, era la que más tenía en juego. Dice un miembro del equipo: «Decían: Muy bien, vamos a demostrarle de qué estamos hechos. No dejamos piedra sin mover para que Harvey se sintiera realmente orgulloso de nosotros y conseguir todas las nominaciones que pudiéramos. Trabajamos como negros.» Por ejemplo, suavizaron los elementos polémicos de la película –el aborto, la drogadicción, etc.– y utilizaron imágenes cálidas y encantadoras para vender la película. Sin embargo, en vez de estar contento, Harvey reaccionó con sarcasmo. Se volvía hacia alguien y le decía: «Déjame que piense. Lo he hecho bastante bien, ¿verdad? ¿Verdad? ¿Crees que a esta empresa le ha ido bien conmigo aquí?» Recuerda nuestra fuente: «Harvey estropeó completamente toda la campaña de *Las normas de la casa de la sidra*. Nos dijo que nunca conseguiríamos una sola nominación porque la habíamos cagado. Y al día siguiente obtuvimos siete.»

Las normas de la casa de la sidra competía con *La milla verde, El dilema* y *El sexto sentido*, pero la favorita era *American Beauty*. Una vez más, Miramax contra DreamWorks; y una vez más, hubo problemas. Esta vez, DreamWorks, que ya había aprendido unas

cuantas cosas, reforzó sus filas para ponerlas al nivel de las de Miramax. Tras llegar a la conclusión de que ganaría la empresa que gastase más dinero, DreamWorks se dispuso a hacer lo que tenía que hacer.

Entretanto, en el capítulo de asuntos pendientes, *The Hairy Bird*, que Harvey había rebautizado *Strike* por razones que sólo él sabe, seguía dando vueltas sin un lugar donde posarse. Habían llegado a considerarla un paria, «ni chicha ni limonada», demasiado artística para el gran público y demasiado comedia de adolescentes para el público de salas de arte y ensayo. No obstante, para cumplir con su obligación contractual con Alliance, Miramax se vio obligada a estrenarla en los Estados Unidos, y lo hizo: en Seattle, en 1998. Las mil seiscientas salas que le había prometido a Sarah Kernochan, la directora, se convirtieron en una. La película se estrenó, bajó de cartel y volvió a ocupar su lugar en la estantería.

Pasaron varios meses. Después de *Alguien como tú*, Harvey se dio cuenta de que le pertenecía la que muy bien podía ser la próxima película de Rachael Leigh Cook. En la primavera de 1999, le pidió a Sarah Kernochan y Nora Ephron, la productora ejecutiva, que escribieran un texto en off. Las dos mujeres se pasaron un mes escribiendo el nuevo material, y lo enviaron a Miramax, pero nunca obtuvieron respuesta.

Kernochan le escribió a Harvey otra carta, implorándole que estrenara su película en Nueva York y Los Ángeles. El mensaje que le llegó decía: «Harvey está dispuesto a hacerlo, pero ¿quién va a pagar?» Kernochan vació su libreta de ahorros, y se gastó cien mil dólares en estrenar la película por su cuenta: una semana en cartel en Nueva York era todo lo que podía permitirse. Ochenta mil dólares fueron para anuncios publicados en el *New York Times*. Llamada ahora *All I Wanna Do*, se estrenó finalmente el 24 de marzo del 2000.

La experiencia con Miramax fue devastadora para la carrera de Kernochan. «Cuando en 1997 dejé de escribir guiones para dirigir mi película, consideré que daba un paso adelante», dice la directora, con un toque de arrepentimiento. «Me sentía muy bien conmigo misma.» Al regresar al mercado de los guiones tres años más tarde,

se dio cuenta de que la habían olvidado. «Fue como empezar de cero», prosigue. «Tuve que hacer pruebas para películas de zombis adolescentes. Ni siquiera podía conseguir los trabajos de mierda. De guionista. Ni hablar de dirigir.» Cuando Miramax compró *The Hairy Bird* por 3,5 millones de dólares, Kernochan cobró cien mil por el guión y otros cien mil por dirigir. Quitando los cien mil que gastó para estrenar la película en Nueva York, y amortizando el resto en los tres años que pasaron entre el comienzo del rodaje y el estreno (menos los años de preproducción), sus ingresos se redujeron a 33.333 dólares anuales. ¿Si volvería a hacer otra película con Miramax? «Nunca. ¡Prefiero comer cristales!»

Tres días más tarde, el 27 de marzo del 2000, DreamWorks tuvo su recompensa. *Las normas de la casa de la sidra* consiguió dos estatuillas, una para Michael Caine, mejor actor secundario, y otra para John Irving, por el guión, pero *American Beauty* se llevó el Oscar a la mejor película y obtuvo un total de cinco estatuillas.

Con la enfermedad de Harvey y las diversas distracciones que competían con Miramax por su atención, el comienzo del nuevo milenio se parecía mucho al final del viejo. Seguían sin tener otro *El paciente inglés*, otro *Indomable Will Hunting,* otro *Shakespeare in Love. Vatel*, una fastuosa película de época dirigida por Roland Joffé, fue una compra barata de Cannes del año anterior y Miramax esperaba que obtuviese algunas nominaciones técnicas. Como las proyecciones de prueba no arrojaron buenos resultados, Harvey la dejó morir. *Vatel* se estrenó en medio de un silencio total, y duró tan poco en cartel, que Uma Thurman, la estrella de la película, ni siquiera se enteró de que se había estrenado. Fue un insulto para la actriz, aunque Harvey parecía valorarla.

Thurman también era la estrella de *La copa dorada*, la película de Merchant e Ivory. Los socios habían evitado a Weinstein desde el fiasco de *Esperando a Mr. Bridge*, casi diez años antes. Dice Merchant: «Pasaron varios años y pensábamos que Harvey se había sosegado un poco. Me escribió una carta maravillosa, sincera, creo yo, sobre *La hija de un soldado nunca llora*, diciéndome lo mucho que le había gustado. Y pensé: Es posible que afloje un poco, que nos deje trabajar tranquilos. Por eso fuimos a verlo para hacer *La*

copa dorada. En ningún momento dijo nada sobre el reparto, ni nada tampoco respecto de cambiar el guión o hacer tal o cual cosa. Nunca intentó influirnos de ninguna manera.»

Como era habitual, la luna de miel duró hasta que Harvey vio la película. Dice Ivory: «Dijo las cosas de siempre –"gran cine, muchachos; se merece estar en el [panteón] Merchant-Ivory"–, ese rollo, pero después empezamos a oír quejas sobre ciertos problemas que tenían con la película y sus empleados quisieron darnos algunos consejos sobre cómo acortarla. Lo que básicamente no le gustaba era la interpretación de Uma. Para él, su personaje estaba sobreactuado, todo era demasiado dramático, y se lo dijo en Nueva York, en la fiesta dada en honor de *Hamlet. Una historia eterna*, dirigida por Michael Almereyda con Ethan Hawke, el marido de Uma.»

Harvey había financiado este *Hamlet*, que tampoco le gustó; la fiesta, celebrada a principios de mayo, fue una proyección de cortesía para amigos de la película en la sala de Tribeca. *La copa dorada* había significado para Thurman un papel importante con un Oscar en potencia, dejando atrás el bochorno de *Vatel*. La actriz estaba orgullosa de su trabajo. Harvey apareció bastante tarde, después de haber tenido varios encontronazos en otra parte. Su agenda mandaba reclutar a Thurman para su disputa con Merchant e Ivory por la duración, así como para apoyar su intento de no enviarla a Cannes en contra del deseo del productor y el director, que la habían presentado. Harvey quería que Thurman les dijese: «No presentéis la película a Cannes. Proteged mi interpretación, tomaos algún tiempo y trabajad un poco más para mejorarla.» Normalmente, los actores (como los seres humanos en general) quieren que les digan que han hecho un buen trabajo antes de que empiecen a silbar las balas, pero Harvey pasó de los preliminares. Prosigue Ivory, que no estuvo en la fiesta pero escuchó la historia de labios de Thurman: «Fue algo terrible. Harvey le dijo públicamente que no le había gustado su interpretación y que se podía mejorar si yo le hacía caso, pero que, en caso contrario, él no podía predecir la reacción de la crítica.»

Cuando Harvey terminó, Thurman estaba bañada en lágrimas,

horrorizada por su comportamiento. Al fin y al cabo, ella era parte de la familia Miramax, la protagonista preferida de Tarantino, ya prevista para *Kill Bill*, la próxima película del director superestrella. Dice Hawke: «¡He oído decir tantas veces que Uma es de la familia Miramax! Y lo es; pero hasta que una película no funciona; entonces deja de ser de la familia. Entonces ni siquiera eres un primo lejano. Es un auténtico engaño. Uma no es parte de la familia Miramax. Ella tiene su familia, la familia Thurman.» La actriz se negó a tomar parte en la tentativa de Harvey de cortar la película. Dice Thurman: «Ahora Harvey es famoso por querer poner su sello en todas las películas que estrena. Quería reclutarme por mi propio interés. A su manera, siempre aterradora, decía que la película podía ganar un Oscar, pero que, tal como iban a hacerla Merchant e Ivory, sería una metedura de pata; en cambio, si él la hacía a su manera, el resultado para mí sería estupendo. A mí no me importaba quién tenía razón y quién no, no pensaba manipular a Jim aunque fuera en mi propio interés. Siento demasiado respeto por él. James Ivory es un autor, un artista, y pase lo que pase, no se le da la espalda a un cineasta.»

Sin embargo, ni Merchant ni Ivory se calmaron. «Escogieron el centro comercial de Clifton Commons, Nueva Jersey, para probar *La copa dorada»*, prosigue Merchant. «Nosotros dijimos: "¿Por qué Nueva Jersey? ¿Por qué Clifton Commons? ¿Qué tiene Clifton Commons que pueda ser útil para *La copa dorada?"* Y ellos dijeron: "Hay una sucursal de Barnes & Noble justo al lado del cine, ¡y nosotros hemos reclutado al público de esa librería!" El público de películas inteligentes, de películas de calidad, vive en las ciudades. Si la película se proyecta en centros comerciales, como hicimos con *Una habitación con vistas*, es sólo después, nunca antes. Si la película se estrena en todas partes, en toda clase de salas, no tendrá un público porque aún no se ha producido el boca a boca y nadie ha leído las críticas. Eso es algo muy importante; de otro modo perdemos la batalla.» Merchant comprendía la metamorfosis que había revolucionado a Miramax.

Con el permiso del productor y del director, Harvey hizo su propio montaje, llámese paralelo o «en la sombra». Según Mark Gill,

director de márketing: «Miramax le quitó a esa película veintiún minutos, y quedó mucho mejor. Nadie dijo: "Tienes que hacer esto", sino "Considera esta posibilidad. Llámanos y la comentamos." Pero nunca llamaron. Enviaron una carta de una sola frase diciendo que no aprobaban ninguno de los cambios efectuados. Era como mandarnos a la mierda.» En efecto, Merchant e Ivory rechazaron el montaje de Miramax: «Gracias, pero no nos interesa.» Recuerda Merchant: «Se volvieron locos. Teníamos una muy buena relación con los exhibidores, por eso nos llamaron para preguntarnos qué estaba pasando, por qué habían quitado nuestra película de las dos salas reservadas. Les dijimos que no teníamos la menor idea. Luego recibimos una llamada de los esclavos de Harvey; nos dijeron que iban a mandar la película a vídeo y a HBO.»

Sin entrar a discutir si la película era demasiado larga o no, una vez más la pregunta es: ¿por qué ocurrió algo así? Es fácil saber, tomando como referencia la longitud del guión, cuánto durará aproximadamente una película. Pero al parecer Harvey no hizo caso del guión, y tampoco de la producción, y trató a *La copa dorada*, como de costumbre, igual que a todas las demás compras, seguro de que, cuando llegase el momento, podría dar de lado al director y arreglarla en la sala de montaje. Sin embargo, Merchant e Ivory no eran Mark Christopher ni Sarah Kernochan. Ya habían hecho algunas pifias, pero tenían una carrera larga y distinguida. No estaban dispuestos a darse por vencidos; al final le compraron la película a Miramax por cinco millones de dólares. Según Ivory, Weinstein «no sabe lo que tiene en sus películas. Parece un salvaje caminando por la jungla, alguien que de repente ve a lo lejos un objeto brillante en el suelo y se detiene a recogerlo, lo mira, no sabe lo que es, pero sí que es valioso, y se lo mete en el bolsillo y sigue andando.»

¿Volverían Merchant e Ivory a trabajar con Miramax? «No lo creo», dice Merchant. «Casi nos arruinamos tratando de recaudar ese dinero. Porque no somos de esos que firman así como así un talón de cinco millones. Pero somos Merchant-Ivory y tenemos el respaldo de nuestro trabajo, de nuestras películas; podemos sobrevivir. Sin embargo, otra persona se habría derrumbado. Fue una pesadilla.» ¿Qué dice Ivory? «¡Nunca! A Harvey no le importa nada que lleves

cuarenta años haciendo cine y que la gente sepa quién eres. Él tiene que ser el matón del patio de escuela, retorcerte el brazo hasta hacerte gritar.» Añade Hawke: «Les dije a Jim y a Ismail: "No deberíais haber aceptado su dinero." ¿Cuánta gente se habrá echado a llorar en la esquina por haber ido a la fiesta de cumpleaños de ese tío, hasta que uno deja de ir a esa fiesta? Que Jim e Ismail se enfaden por eso es como enfadarse con el escorpión. Sé que Harvey es uno de los pocos que tiene el dinero necesario para hacer esa clase de películas, pero es un baile peligroso, porque si Harvey se enamora de *La copa dorada*, la película recauda cuarenta millones y consigue siete nominaciones. Si ocurre lo contrario, la entierra. Y tiene el dinero y el poder suficiente para no preocuparse por eso.»

Como ocurrió con *Hamlet*, una película que el crítico de cine Elvis Mitchell puso en el primer puesto de las diez mejores del año, Harvey abandonó *La copa dorada*. Como ha demostrado en reiteradas ocasiones, no explota a los directores de tres al cuarto, sino a los verdaderos cineastas, a los que están dispuestos a sacrificarse por su arte. En palabras de Hawke: «Los directores se subestiman y hacen la película por poco dinero. Nosotros hicimos *Hamlet* por menos de dos millones, un presupuesto realmente bajo para una película filmada en Nueva York, y si lo hicimos fue porque queríamos tener absoluta libertad creativa. A mí no me pagaron nada, y Bill Murray tampoco cobró, ahí no cobró nadie. La hicimos porque nos encantaba. Si la hubiéramos hecho por diez millones, no habrían tenido más remedio que publicitarla. Y entonces sí habría tenido una oportunidad.»

Sin embargo, como descubrió James Gray con *La otra cara del crimen (The Yards)*, gastar más dinero tampoco era garantía de protección. Gray terminó mal de cualquier forma. Como *Cuestión de sangre*, su primera película, *La otra cara del crimen* la produjo Paul Webster, ex jefe de producción de Miramax que había dejado a los Weinstein para dirigir Film Four en Londres. A partir de su guión, Gray había reclutado a un reparto excepcional en el que figuraba también un no actor, Mark Wahlberg, que acababa de terminar *Boogie Nights*, y a otras dos promesas: Charlize Theron y Joaquin Phoenix, que destacaban en un reparto sobresaliente en *Todo por un*

sueño, de Gus Van Sant. Y también a un tropel de veteranos, incluidos Ellen Burstyn, James Caan y Faye Dunaway. Tomando como base este reparto, Miramax recogió quince millones de dólares en preventas al extranjero, un dinero que cubrió casi todo el presupuesto de 17,7 millones. Gray rodó la película a finales del verano de 1998.

Como *Cuestión de sangre, El otro lado del crimen* tiene el estilo de una película de los años setenta. Es pausada, difícil e intransigente, pues sigue la inexorable desintegración de un puñado de vidas bajo el remolino de corrupción cuyo vórtice físico son las cocheras del metro de Nueva York. Demacrado, perdido y privado de su aire arrogante gracias a la dirección de Gray, Wahlberg logra la mejor interpretación de toda su carrera, apoyado por un trabajo igualmente bueno de Phoenix y Theron. Sin embargo, la película no era *Shakespeare in Love* ni *Las normas de la casa de la sidra.* No había genio en ciernes ni orfanato; no tenía un final bonito y optimista, no al menos hasta que Harvey le metió mano. (Después de salir del hospital, los lectores de guiones de Miramax recibieron la instrucción de que, en adelante, la empresa sólo haría películas con final feliz.) Gray le dijo a Patrick Goldstein, periodista de *L.A. Times*, que Harvey tomó «todas las decisiones importantes de principio a fin. Todo funciona de arriba abajo, empezando por él». Con vistas a que aceptara al cantante Steve Lawrence en un pequeño papel, «Gray tuvo que garantizarle al estudio el sueldo de Lawrence por los días que costase volver a filmar sus escenas si no quedaban bien». Según una fuente cercana a la producción, Weinstein, como había hecho con James Mangold, escribió realmente una escena que le dictó a Gray por teléfono. Preocupado por que el público pensara que entre los personajes interpretados por Wahlberg y Theron había una relación incestuosa que los hacía desagradables (son primos, y la relación que mantienen se deja en la ambigüedad), Harvey escribió unos diálogos que dejan claro que no han tenido relaciones sexuales. Sin un Robert De Niro que lo respaldara, Gray filmó la escena, pero se las ingenió para no utilizarla.

Luego *La otra cara del crimen* cayó en el infierno de la posproducción, un infierno que duró dos años. Gray entregó su

montaje en septiembre de 1998. Las pruebas no obtuvieron buenas calificaciones. En mayo de 1999, Harvey y el director se encontraron para almorzar. «Harvey, escupiéndome carne de cangrejo, no paraba de gritar: "¡Soy el maestro del montaje invisible!"», recordó Gray, pero le pagó los tres días dedicados a volver a filmar algunas escenas. A cambio, Miramax le pidió otra película. Por supuesto, entre las escenas que volvieron a filmarse estaba un nuevo final optimista en el que Weinstein insistía, y en el que el personaje de Wahlberg, de manera bastante inverosímil, derriba a los malos en un tribunal atestado de burócratas y políticos. Se notaba que el final de Miramax era un añadido, pues parecía el final de otra película, algo de otra época, Marlon Brando delatando a Lee J. Cobb en *La ley del silencio* cincuenta años antes. Cuando Gray pidió otro día para volver a filmar, día que pagó de su bolsillo, Miramax volvió a arrancarle un compromiso futuro, dejando al director debiéndole dos películas a la división Disney.

Weinstein era capaz de gastar dinero a dos manos en un buen guión –especialmente con un reparto de estrellas atractivas para los compradores extranjeros– demasiado caro para cualquier otro. Sin embargo, luego se daba la vuelta y decía: «Me gasté todo ese dinero en una película que nadie más quería hacer y ahora no podemos recuperar la inversión.» En este caso, tras despilfarrar en la posproducción, de repente se dio cuenta de que el presupuesto rozaba ya los vientitrés millones de dólares. «Es muy difícil trabajar con Miramax cuando estás en medio de la pesadilla de la posproducción», dice Webster. «Cuando trabajaba allí, teníamos el llamado "informe de oro", impreso en papel dorado. Era un presupuesto que indicaba el estado económico de cada película. Llegaba al escritorio de Harvey todas las semanas, pero sospecho que nunca lo miraba. Nunca. A Harvey no le importan nada los presupuestos hasta que no tiene más remedio que mirárselos, pero entonces ya es demasiado tarde.»

Es probable que *La otra cara del crimen* hubiese ido directamente a vídeo si no le hubiera encantado a Gilles Jacob, el presidente de Cannes, que en mayo del 2000 la invitó al festival. Sin embargo, los críticos que la vieron allí la pusieron por los suelos y Gray tuvo que

regresar a la casilla de salida. Dice Dennis Rice, ex jefe de márketing de Miramax: «¡Mirad qué historia! Hay gente desagradable, un antihéroe que es todo un perdedor y que sale de la cárcel sólo para volver a meterse en líos. Se da a la fuga porque lo ha traicionado su mejor amigo. ¿Por qué razón alguien que vive en Spokane, Washington, se va a interesar por lo que ocurre en los talleres del metro de Nueva York?» Miramax organizó una proyección en Nueva York a principios de octubre, pero sólo asistieron Gray y Wahlberg. A Gray le dio ánimos ver un asiento acordonado con el nombre de Harvey, pero también vio que estaba vacío y que permaneció vacío durante toda la proyección. Sin embargo, lo que Gray llamó «el presunto estreno» en el Writers Guild de Los Ángeles fue «realmente humillante». Según el director: «La sala estaba semivacía, no asistió nadie de Miramax. Al día siguiente vi a alguien que dijo: "Por Dios, puede que haya sido el peor estreno del estudio."» El salmón cocido, los filetes de ternera, los gordos langostinos con los que Miramax agasajaba a los directores más afortunados se habían convertido en bazofia y espumosa sidra Martinelli.

Finalmente, *La otra cara del crimen* se estrenó el 20 de octubre del 2000 en unas ciento cincuenta salas, sin apoyo de anuncios televisivos ni nada. Dice Webster: «Miramax mantuvo la película dos años en posproducción y luego la abandonó en el altar. Por completo. La tiraron a la basura de tal manera, que fue casi un desaire público.» Las críticas fueron variadas, aunque Elvis Mitchell la incluyó en la misma lista de las diez mejores películas del año encabezada por *Hamlet*. Después de seis semanas en cartel, *La otra cara del crimen* desapareció tras haber recaudado menos de un millón de dólares. Sin embargo, por haber ahorrado en copias y publicidad, Miramax terminó ganando dinero.

Nick Wechsler, uno de los productores de la película, que posteriormente produjo *Quills* y *Réquiem por un sueño*, señaló: «Esas dos películas tratan temas delicados e inquietantes, pero tanto Fox Searchlight como Artisan han gastado dinero para promocionarlas. La mayoría de las distribuidoras la habrían apoyado más, pero Harvey ya estaba más allá del punto en el que tiene la

energía, o la necesidad, de ser un P. T. Barnum* capaz de crear un mercado incluso allí donde no existe.»

Las empresas siempre apoyan a las películas que no obtienen beneficios en las salas. Las ventas de vídeos y DVD representan un flujo continuo de ganancias tan importante, que los estrenos en cine suelen ser poco más que un gancho, con sus consabidas pérdidas, meros tráilers para los mercados secundarios. Algunas empresas consideran que el márketing para las salas es una inversión en las relaciones con los directores y actores. Pero éste no es el caso. Prosigue Webster: «Harvey adoptó una expresión muy inflexible y fría y dijo que James Gray era un director muy interesante desde el punto de vista artístico, pero poco comercial. Y que Joaquin Phoenix probablemente no será nunca una estrella. Dijo también que ya había puesto a Charlize Theron en media docena de películas y que con eso ya tenía bastante. Y que James Caan era un buen actor, pero mayor; por lo tanto, ¿qué sentido tenía? La clave era Mark Wahlberg. Si hubiera tenido las dos siguientes películas de Mark, habría apoyado la película. Harvey lo intentó, pero no congeniaron.» A Wahlberg no le gustó nada la manera como Harvey trató a Gray. Concluye Webster: «Puede decirse que la montó y huyó. Si Miramax no quiere tu película, la deja caer como si fuera una piedra. Yo la apoyo porque es una buena película.»

Pero Gray se manifestó en público, rompiendo el tabú, y llevó su caso a la prensa. «Le aconsejé que no lo hiciera», dice Webster. «Para un director joven como él, con toda una carrera por delante, era algo increíblemente ingenuo. Nunca se puede derrotar a esos tipos en la prensa, conocen muy bien los medios de comunicación. Los pasillos del poder son demasiado oscuros y sucios; uno se pierde en ellos.» Una fuente próxima a Gray cree que Miramax castigó al director reivindicando su derecho a otras dos películas. Gray recibió una oferta para escribir y dirigir para Warner Brothers, pero Miramax le puso obstáculos legales. Gray tuvo que contratar a un abogado para que la empresa se retirase. Al director le preocupaba verse obligado a caer en la bancarrota defendiéndose contra Miramax. Dijo Gray: «Me crean o no, no estoy resentido. Tengo que hacer la

película que quería hacer... Habría sido muy diferente para mí y para los actores si Harvey se hubiese comportado como si se sintiera orgulloso de la película y la hubiese juzgado por sus méritos, no por su rentabilidad.» ¿Si haría otra película en Miramax? «Sí, porque tengo que hacerlo.»

Mientras tanto, Mike Ovitz había lanzado una nueva empresa de gestión, Artists Management Group, después de su muy pública expulsión de Disney. Uno de sus clientes era Martin Scorsese, al que había representado desde mediados de los años ochenta en CAA, su antigua agencia. Rick Yorn y Cathy Schulman, dos de sus principales ejecutivos, que hacía tiempo se habían marchado de Sundance, volaron a Nueva York para reunirse con el director, al que preguntaron: «Si pudiera hacer otra película, ¿qué dirigiría?» La respuesta de Scorsese fue: «Haría *Gangs of New York*, un proyecto que llevo once o doce años acariciando.» Scorsese describió la película como saga épica, una historia de venganza ambientada en la ciudad de Nueva York durante la era jurásica, antes y durante la guerra de Secesión, cuando los grupos nativistas merodeaban por las calles enfrentándose a todos los recién llegados, sobre todo a los inmigrantes irlandeses. Una de las razones por las cuales este proyecto nunca se había concretado era porque descansaba sobre un personaje de veintiún años, y al parecer nunca se encontró a un actor con el *physique-du-rôle* exacto y al que los estudios considerasen lo bastante fuerte para llevar el peso de una película tan titánica. Yorn, que representaba a Leonardo DiCaprio, aguzó el oído. En el vuelo de regreso a Los Ángeles, los ejecutivos leyeron el largo y enmarañado guión de Jay Cocks. «No sólo trataba la historia de esas bandas, sino también los alborotos provocados por el servicio militar, la presidencia de Lincoln, el incendio de la ciudad –dos veces–, las políticas de inmigración, la política de Tammany Hall, etcétera, etcétera», recuerda Schulman. «Dijimos: Oh, Dios mío, ¿cómo vamos a enfocar esto? Era demasiado largo, Y demasiado oscuro. Hicimos dos borradores más con Cock, pero nos daba la impresión de que no llegábamos a ninguna parte.»

Pese a todo, AMG empezó a vender la idea de *Gangs of New York*, dirigida por Scorsese y protagonizada por DiCaprio, actor al que todo

el mundo seguía queriendo para todo. Los primeros presupuestos ascendieron a los ochenta y cuatro millones de dólares. La película se había colocado en Disney, donde Scorsese tenía un contrato, pero *Kundun* no había ganado un céntimo, ni tampoco *Al límite (Bringing Out the Dead)*, para Paramount, ni *Casino* para Universal. Como los estudios rehuían de las películas con presupuestos astronómicos, Joe Roth empezó a reconsiderar las cosas y la puso en venta, pero todos los estudios la rechazaron. Luego, Graham King, de Initial Entertainment Group, que intentaba que su empresa figurase en los mapas y desconocía los altibajos de *Gangs of New York*, firmó un cheque de sesenta y cinco millones en derechos extranjeros. Con el dinero de King comprometido, Roth reconsideró la situación y llevó *Gangs of New York* a Miramax. Harvey estaba emocionado: *Gangs* parecía el filme ideal para recibir el nuevo milenio. Era una película de época tremendamente cara, dirigida por el legendario Scorsese, un verdadero *auteur* que, con las posibles excepciones de Woody Allen y Robert Altman entre los directores que aún trabajaban regularmente, encarnaba a la perfección el espíritu del Nuevo Hollywood de los años setenta. Con DiCaprio encabezando el reparto, *Gangs* ni siquiera era una empresa realmente arriesgada; Harvey confiaba en poder eliminar el material violento y polémico que había hecho famoso a Scorsese. Si Harvey podía añadir a sus cuadras a Scorsese, con su reputación de artista íntegro, tendría un arma infalible para acallar de una vez por todas los feos rumores que circulaban en Miramax. Para Harvey, sería un triunfo de la casa. Con Quentin Tarantino aparentemente perdido en su laberíntico guión sobre la Segunda Guerra Mundial *(Inglorious Bastards)*, Scorsese podía aprovechar la ocasión al máximo. Era un director de lujo, carnada para el Oscar, y traía con él la clase de legitimidad que ni siquiera la estatuilla de *Shakespeare in Love* podía otorgar. De hecho, oliéndose el Oscar a la mejor película, Harvey se apuntó el crédito de productor.

Se dice que Bob Weinstein se oponía a la participación de su hermano pues pensaba que el proyecto era un orificio de desagüe; además, no le gustaba el guión. Bob dejó claro que su riesgo se limitaría a quince millones, con Scorsese y DiCaprio responsables de

que no se sobrepasara el presupuesto, pero en Hollywood no le creyó nadie. (Un ex ejecutivo de Miramax, bien informado, asegura que Miramax puso treinta y dos millones, la misma cifra mencionada en el *New York Times* por Laura Holson.) El trabajo de Scorsese costaba seis millones, lo mismo que había cobrado por *Casino*; de ellos, tres se aplazaron por si sobrepasaba el presupuesto. Como era su costumbre, Harvey quería que todo el mundo redujera su caché. DiCaprio le hizo una rebajita: cobró quince millones en lugar de dieciocho, cuatro de los cuales se separaron para cubrir los excesos, mientras Cameron Diaz, que tenía un papel secundario, trabajó por algo menos de dos millones. Daniel Day-Lewis, no precisamente admirador de los Weinstein, participó a regañadientes. Dijo el actor: «Lo que él no entiende es que hice *Gangs of New York* a pesar de Harvey, no por Harvey.»

El copresidente de Miramax perdió poco tiempo antes de comenzar a tirar de la cuenta de Scorsese. Salpicaba sus conversaciones con el nombre del director. Que Marty esto, que Marty lo otro: Scorsese había votado por *Shakespeare in Love*, no por *Salvar al soldado Ryan;* Scorsese lo había invitado a la fiesta cuando cumplió sesenta años, etc. Cuando, ante un público embobado, Harvey reveló, en el Learning Annex de Nueva York el 30 de abril de 2003, que tenía intención de dirigir *Mila 18*, dijo: «Voy a tener a Marty a mi lado. No voy a correr ningún riesgo.» Sin embargo, los que conocían bien al tozudo de Scorsese y al malas pulgas de Weinstein, sonrieron. «A Marty sólo le interesa hacer la película bien; es lo bastante fuerte para luchar por lo que cree», dijo Saul Zaentz. «A Harvey..., bueno, a Harvey sólo le interesa el dinero.» Como le dijo un observador a la periodista Kim Masters: «Por fin Harvey tiene el director que se merece, es un combate limpio.» De hecho, la alianza de Scorsese y Weinstein dio lugar a un choque épico entre la estética de los años setenta, deudora de los directores, y la mentalidad de estudio de los años noventa, que amenazaba con eclipsar el drama representado en la pantalla. Harvey siempre se había imaginado a sí mismo como una especie de Irving Thalberg, o un David O. Selznick, y lo que admiraba era el viejo sistema de estudios. «Aunque admito que los años setenta

fueron la edad de oro del cine», dice Weinstein, «1939 le da una patada en el culo a los setenta: un solo año se carga todas las películas de los setenta. De *Ciudadano Kane* a *Qué verde era mi valle*.» (En realidad, *Ciudadano Kane* se estrenó en 1941.) Pero un Thalberg necesita su Von Stroheim, y un Selznick, *Lo que el viento se llevó*. Scorsese sería el Von Stroheim de Harvey, y *Gangs of New York*, su *Lo que el viento se llevó*.

El rodaje de las escenas principales comenzó a finales del verano y principios del otoño del 2000. Harvey, preocupado por que su meticuloso y temperamental director se atrasara, se obsesionó con la película y se pasó dieciséis alucinantes semanas en el plató. De hecho, Scorsese trabajaba a paso de tortuga, filmando menos de una página al día y llevando el presupuesto muy por encima de los noventa y tres millones previstos. Hay platós armoniosos en los que se filmaron malas películas, y otros tempestuosos de los que han salido películas maravillosas –un ejemplo: *Chinatown*–, pero en este caso daba la impresión de que el duelo de voluntades entre director y productor sacaba a la superficie lo peor de ambos. «¡Estoy harto de mi imagen de asesino y mutilador!», se quejó Harvey. «¡Es una auténtica gilipollez!» Con todo, *Gangs of New York* poco o nada contribuyó a atenuar esa percepción. Los dos hombres discutieron por la manera como el director había maquillado a Day-Lewis, sobre todo por el pelo y la prótesis de la cara. «Interpretaba a un tipo muy malo y tenía que ser muy feo», dice Schulman. «Marty buscaba la integridad del personaje y Harvey quería una campaña de márketing con un Daniel muy guapo y un Leo muy guapo. Pensaba que Daniel no parecía sexy.»

Miramax contrató al productor David Parfitt, que había conducido con buenos resultados *Shakespeare in Love*, en calidad de asesor encargado de vigilar a Scorsese, pero fue una misión imposible. Dice Parfitt: «Marty controla, se rodea de su gente y hace lo que va a hacer. No puedes ir a ver a Scorsese y decirle "Hola, soy David Parfitt. Creo que tendría que filmar esto de tal manera." Es un gran director y sabes lo que acepta y lo que no.»

Aunque a lo largo del rodaje afloraron tensiones entre el director y el productor, en general Weinstein fue muy respetuoso con Scorsese.

No obstante, y según un colega muy próximo al director: «Marty siente que ése no fue su mejor trabajo. No quedó satisfecho con la película.» Básicamente, Scorsese le echa a Harvey la culpa del fracaso, al menos en parte. Prosigue la misma fuente: «Scorsese se quejaba de que Harvey, con sus sugerencias y su tremendo ego, era un obstáculo enorme a su creatividad. En cada fase del rodaje Marty sintió que no lo dejaba pasar a la etapa siguiente desde el punto de vista creativo, que le impedía ver la película en su totalidad. Harvey siempre estaba diciendo: "Tienes que hacer esto, tienes que hacer aquello, deberías eliminar esta escena, y aquella escena también." Marty no tiene un productor que le hable así desde que era un niño.» Otros dicen que fue el director el que amenazaba. Tras una violenta reunión en la habitación de su hotel, Scorsese le tiró una mesita de centro al representante de Miramax; la mesa se estrelló contra la puerta cuando se estaba cerrando. (En efecto, Scorsese hizo colocar espejos en el monitor del vídeo para que le avisaran de la proximidad de Weinstein.) «Marty es malo y retorcido como Harvey», dijo un ejecutivo. «Tiene un temperamento increíble y no se deja doblegar.» Un miembro del equipo añadió: «Marty dijo más de una vez que estaba dispuesto a marcharse y dejar que la terminase otro.»

El rodaje se alargó tanto, que la próxima película en la agenda de Diaz, *La cosa más dulce*, apareció en el horizonte. Recuerda Harvey: «Ésa fue la gran bronca que tuve con Marty, cuando tuve que liberar a Cameron. Marty dijo: "No puedes hacer eso."

»"Marty, no puedes tener a una actriz que ha trabajado [casi] gratis, que se ha quedado cuatro meses y medio seguidos, seis meses en total, y luego, cuando está a punto de pasar a cobrar quince millones, no dispensarla de sus tareas."

»"Iré a hablar con la gente de Columbia."

»"Haz lo que te salga de los cojones." Y llamó a Columbia, pero lo mandaron a la mierda. Se cabreó conmigo, tiró al suelo la mesa que para él era mi escritorio, pero se equivocó y se cargó el escritorio del productor David Parfitt.»

Gangs of New York terminó de filmarse el 13 de abril del 2001, siete meses después de iniciado el rodaje y ocho semanas más tarde

de la fecha prevista. Como es habitual, Weinstein se volvió aún más agresivo durante la posproducción; fue entonces cuando tuvieron lugar varias memorables peloteras, por cuestiones de gusto, duración y banda sonora. Scorsese presentó un montaje provisional que duraba tres horas y cuarenta minutos. Weinstein amenazó con no estrenar la película a menos que la acortara radicalmente. El bando de Scorsese se enfureció porque Miramax proclamaba a los cuatro vientos que el primer montaje largo era «el montaje del director», cuando sabía perfectamente que sólo era un montaje provisional que Scorsese siempre había tenido la intención de acortar. Miramax sólo quería alegar en su defensa que el director estaba fuera de control.

Harvey, delatando cierta amargura –aunque sigue diciendo que le encanta esa película–, afirma que quería dejarla en dos terceras partes del original: «Cuando terminamos la secuencia de la pagoda, en la que DiCaprio se rebela, me volví hacia Marty y le dije: "¡Hemos terminado! Aquí. Desde el punto de vista dramático, la película ha terminado. En lo que a mí respecta, hay que terminar cuanto antes. Deberíamos conseguirlo en quince minutos."» Harvey pensó que podría empujar a Scorsese a eliminar toda la secuencia del tumulto, provocando con ello uno de los enfrentamientos más duros entre productor y director. Hablando de Thelma Schoonmaker, la montadora de Scorsese, se dice que Weinstein le dijo al director: «Ya es demasiado vieja para seguir haciendo este trabajo. Deshazte de ella.» Según Harvey, Scorsese se negó a cortar la secuencia y dijo: «Así es como la concebí.» Prosigue: «Ése es un ejemplo del control que tuve en esa película. ¿Por qué iba a hacerme caso? ¡Él es "Martin Scorsese"!»

Aunque pueda parecer irónico, pese a lo desesperado que había estado Harvey por trabajar con Scorsese, una vez que lo consiguió lo que hizo fue intentar apagar la voz del director, eliminar los toques de la casa que convertirían *Gangs of New York* en «una película de Martin Scorsese». Como había hecho anteriormente, intentó que la película fuese más agradable para el público. Y si una cosa no son las películas de Scorsese, es precisamente eso, agradables para el público. *Gangs of New York* no era diferente. Contenía tres grandes

batallas entre las bandas. Harvey quería eliminar la primera –que por casualidad es la mejor– porque era larga, angustiosa y violenta y para que la historia avanzara más rápido. El diálogo está lleno de argot del siglo xix. Harvey intentó introducir traducciones de algunas expresiones en la voz superpuesta, pero Scorsese se opuso. Después vienen las orejas cortadas, los *souvenirs* de la batalla expuestos en un bar. «Intenté sacar eso de la maldita película hace tres años», se quejó. «Dije: "Detesto esa parte del guión." ¿Quién quiere ver unas malditas orejas cortadas? ¡Es repugnante!» Asimismo, hay una breve escena en la que un perro se zampa unas ratas. Weinstein quiso decir: «Marty, te prometo que te devuelvo los tres millones si quitas lo de las orejas y las ratas», pero prefirió no gastar saliva. En cambio, lo que agriamente dijo fue: «Le importa un carajo.»

Cuando la película llegó a posproducción, el dinero manó como agua de una cañería rota. Pero no se trataba sólo de dinero. En palabras de Cassian Elwes: «Harvey puso todos los recursos de esa empresa, toda la maquinaria de Miramax, al servicio de la película y durante dos o tres años. Los costes ocultos de ese trabajo, en términos del tiempo que le quitó a otras películas, son enormes.»

13. TERMINA EL ESPECTÁCULO
2000-2001

• ***De cómo Steven Soderbergh se convirtió en un Sundance de un solo hombre mientras Harvey Weinstein le hacía una llave a un periodista, interrumpía la carrera de director de Billy Bob Thornton y aniquilaba a Todd Haynes.***

Miramax ha sido una bendición y una maldición para la industria cinematográfica. Hay que reconocerles que consiguieron que las películas independientes fueran atractivas. Demostraron que con ellas se podía ganar dinero. La maldición era que ellos las comercializaban.

ETHAN HAWKE

Todavía no completamente recuperado de su temporada de cinco semanas en el hospital, con la revista *Talk* luchando por mantenerse a flote y las elecciones presidenciales a la vuelta de la esquina, Harvey seguía llevando un ritmo agotador. Pese a las nominaciones al Oscar conseguidas por *Las normas de la casa de la sidra,* poco había para alegrarse. Su regreso no sólo había traumatizado al personal de Miramax; Harvey también tuvo que reconocer que Dimension, la división de Bob, que había estrenado *Scream 3* el 4 de febrero del 2000, con unas recaudaciones de ochenta y nueve millones de dólares sólo en los Estados Unidos, estaba apuntalando la empresa.

La lista de futuras películas de Dimension incluía otra en la cual Bob había depositado grandes esperanzas: *O*, dirigida por Tim Blake Nelson, que anteriormente había hecho un filme sin grandes pretensiones titulado *Eye of God*. Nelson es un actor, guionista y director bajito y enérgico, más conocido por interpretar personajes de basura blanca, hombres guarros sin afeitar, en películas tan diversas como *The Good Girl*, de Miguel Arteta, y *Minority Report*, de Steven Spielberg. Se crió en Oklahoma, estudió en Brown University y luego en Juilliard, donde cursó estudios de arte dramático.

O era, básicamente, *Otelo* ambientado en un colegio secundario privado, un filme violento con varias escenas fuertes, incluidas la violación de una niña blanca por un estudiante negro y un tiroteo en el colegio al final. En el reparto figuraban Mekhi Phifer, Julia Stiles, Josh Hartnett y Martin Sheen. Eric Gitter, abogado reciclado en productor, junto con otros cuatro coproductores, recaudó 3,5 millones de dólares de un variado grupo de inversores. Justo antes de que pusieran el proyecto en la agenda de rodaje, defendió en Dimension. Su argumento era: «Somos los reyes de la comercialización de películas como ésta, hemos hecho todas las películas que ha dirigido Quentin Tarantino, hemos hecho *Priest*, hemos hecho *Juego de lágrimas.*» La mitología de Miramax, la leyenda de los orígenes –el guiño a mamá y papá consagrados en el nombre de la empresa; las historias acerca de Miriam y sus *rugulah*, el impacto, el cambio de vida que significó para Harvey *Los cuatrocientos golpes*; la apropiación de Tarantino; la polémica en torno a *Juego de lágrimas*, etcétera–, era clave para mantener la ficción de que los Weinstein eran los pequeños. Cuanto menos independiente era Miramax, más importante era insistir en que seguía trabajando dentro del circuito independiente. Ésta era la hoja de parra que permitía continuar comerciando basándose en la reputación de una empresa que ya no existía. Gitter y Nelson se lo tragaron. No les molestó que Bob hiciera una muy generosa oferta preferente de 7,5 millones y prometiera estrenar la película en mil salas. Dice Nelson: «Vieron claramente las posibilidades comerciales de la película.»

El 20 de abril de 1999, mientras *O* estaba en fase de

posproducción, doce estudiantes y un profesor murieron acribillados a balazos en el Instituto Columbine (Littleton, Colorado), imitando el final de *O*. Por supuesto, la comisión de comercio del Senado programó sesiones sobre la comercialización de la violencia contra los niños; el senador Joe Lieberman prestó testimonio el 4 de mayo. En lugar de percibir problemas, Nelson sencillamente pensó que lo ocurrido en Columbine conseguiría que su película fuese más actual. A Bob pareció gustarle lo que veía, y el director imaginó que los hermanos seguirían adelante sin temor, como habían hecho con todas las películas que Bob había mencionado. Bob dijo que le habían encantado los copiones, que quería adelantar el estreno al 17 de octubre o, de no poder ser, al Día de Acción de Gracias.

Nelson le entregó un montaje el 4 de junio. Poco después recibió una llamada «realmente dulce» de Bob: «Me encanta la película. No puedo esperar a enseñársela a mi hermano. Sólo quería llamar para que lo supieras.» Bob tenía motivos para estar de buen humor. Faltaba poco para el estreno de *Scary Movie*, el 7 de julio, una película que reventó las taquillas como ninguna otra de Dimension lo había hecho hasta el momento, ni siquiera *Scream*. Al final de su temporada en cartel, *Scary Movie* había recaudado la increíble suma de ciento cincuenta y siete millones sólo en los Estados Unidos. No obstante, al mismo tiempo, Liberman intensificó su cruzada contra la violencia en el cine. «Empecé a recibir llamadas de Eric Gitter», recuerda Nelson. «Gitter y Miramax empezaban a discutir por todo. Eric decía: "Les da terror esta película. Desearían no haberla comprado nunca."»

Nelson entregó la película el 17 de marzo del 2000. Por lo que pudo ver, Miramax parecía satisfecha. Excepto en un punto: no la estrenarían. *«O* se quedó durmiendo el sueño de los justos», recuerda el director. «Dijeron varias veces que iban a estrenarla, pero después siempre cancelaban.»

Entretanto, Harvey continuaba mejorando su perfil en la escena política nacional, donde se reveló como uno de los principales recaudadores de fondos y animador de la fórmula Gore-Lieberman. En total, él y Eve dieron setecientos cincuenta mil dólares a varios candidatos y recaudaron catorce millones más. Harvey era siempre

respetuoso, por no decir servil, en presencia de Clinton y Hillary. Siempre decía «señor presidente», nunca «Bill». No comía delante del presidente ni de la primera dama, y nunca fumaba delante de Hillary; sabía que a ella no le gustaba. Sin embargo, después se atiborraba de Coca-Cola, hamburguesas y patatas fritas y fumaba un pitillo tras otro en el vuelo de regreso a Nueva York.

El 25 de octubre, Harvey dio en el Roseland Ballroom una fiesta de cumpleaños y de recaudación de fondos: Hillary cumplía cincuenta y tres años. Cuando se invita a una multitud de famosos, hay millones de cosas que pueden salir mal en un evento así; pocas semanas antes, en un concierto de recaudación de fondos para Gore en el Radio City Music, se había producido al menos un incidente. El Salón Verde estaba a rebosar de estrellas –Matt Damon, Salma Hayek, Bon Jovi, Paul Simon, entre otros–, todas muriéndose de ganas de sentarse, pero no había sillas para todos. A una joven ayudante de prensa le habían asignado la tarea de vigilar un precioso semicírculo libre donde había un sofá, dos confidentes y una mesita, al parecer para que Harvey y su invitada, Julia Roberts, pudieran tener un *têteà-tête*. Primero la ayudante tuvo que echar a la mujer de John Sykes, de VH1, embarazada de ocho meses. Enfadada, la mujer le espetó: «Es mi marido el que organiza este evento.»

«Lo siento, señora, pero no puedo dejarla sentar aquí. Este sofá está reservado para Harvey Weinstein.» La mujer se marchó encolerizada. Luego fueron Jimmy Buffet, Harrison Ford y Melissa Mathison, su mujer y guionista de *E.T.*, los que se lanzaron sobre los asientos, todos con la idea de sentarse.

«Lo siento, pero están ocupados. Están reservados para Harvey Weinstein.»

«Venga, déjenos sentar.» Había un sistema de circuito cerrado en la sala; en ese momento Harvey estaba en el escenario. Los invitados dijeron: «Mire. ¿Lo ve? No va a venir a sentarse aquí ahora, nos iremos en cuanto entre.» Apenas se sentaron, Harvey entró en el Salón Verde con Roberts y se fue derechito a la mesa mientras la ayudante, frenética, echaba a Harrison Ford y otros, implorando: «Levántense, levántense.» Obedecieron, haciendo equilibrio con platos y copas. Roberts se marchó, abandonando a

Harvey por Matt Damon, mientras el copresidente de Miramax, sonriendo, les ladraba a los okupas con voz tensa: «Eh, ése es mi sofá. Soy el que vigila esta zona.» Furioso, pero tratando de mantener la compostura delante de sus famosos amigos, señaló a la acobardada muchacha delante de Ford, Mathison y Buffet, rió y añadió: «Sí, es culpa suya. ¡Está despedida!» La chica pensó: Oh, Dios mío, Harvey me ha despedido. Harvey fue a buscar a los dos jefes de la azafata para reprenderlos en voz baja, tras lo cual se le acercaron y empezaron a gritarle: «¡Eres una estúpida! Ni siquiera podemos confiarte algo tan sencillo como esto. Lo más fácil del mundo, vigilar una mesa. Ponte en esa esquina.» Hillary Clinton no estaba muy lejos de allí, pero Sykes se la llevó para que no asistiera al triste espectáculo: uno de sus más prominentes recaudadores de fondos decapitando a un subordinado. (A la chica volvieron a contratarla al día siguiente.)

Un poco más tarde esa misma noche, John Leguizamo, el maestro de ceremonias, apartándose del guión, sorprendió a los Gore, a los Lieberman y también a Hillary Clinton, sentados todos en primera fila, con una serie de comentarios subidos de tono.

En la fiesta de cumpleaños de Hillary, Harvey, bastante animado, se presentó en su modalidad promotor musical, lo cual significaba cargarse a todo aquel que se pusiera en su campo visual. Esta vez el maestro de ceremonias era Nathan Lane, *ad honorem*. Poco antes de que Lane tuviera que salir a escena, Harvey decidió darle un repaso al guión para cerciorarse de que nada pusiera a Hillary en una situación embarazosa. Pasó por alto un chiste algo tonto sobre el truco del alcalde Giuliani para ocultar la calva, y estalló gritando algo como: «¡Mierda! Éste es mi show, no te necesitamos»

Mientras tanto, Nelson y Gitter habían llegado a la conclusión de que a Harvey le daba miedo estrenar una película tan violenta como *O* en medio de la guerra santa de Lieberman. Podía exponer a los candidatos, y también exponerse él mismo, a la acusación de hipocresía. En noviembre del 2000, la periodista Rebecca Traister, citando una fuente anónima, informó en *The New York Observer* de que a Gitter le habían dicho que «no pensaban tomar ninguna decisión sobre la fecha de estreno de *O* hasta después de las

elecciones». Sin embargo, Elizabeth Clark, publicista de Dimension, afirmó que Bob Weinstein «apoyaba la película» añadiendo que «la empresa ha estrenado antes filmes difíciles», y prometió que *O* se estrenaría «el año que viene».

Traister, que entonces tenía veinticuatro años, era una periodista novata que trabajaba para «The Transom», una columna de cotilleos del *Observer*. La noche del lunes 6 de noviembre, el día antes de las presidenciales, asistió en el Tribeca Grand Hotel a una fiesta para Karen Duffy, modelo de Revlon, presentadora de vídeos de MTV y amiga de Harvey, organizada por el copresidente de Miramax para celebrar el nuevo libro de Duffy *(Model Patient: My Life as an Incurable Wise-Ass)*. El departamento de prensa de Miramax le había contestado a Traister con evasivas; la periodista se presentó en la fiesta en busca de unas palabras de Harvey para su artículo.

El libro de Duffy contaba la epopeya de su lucha contra la sarcoidosis, una rara enfermedad inflamatoria consecuencia de un mal funcionamiento del sistema inmunológico. La autora le reconocía a Harvey el haberle salvado la vida cuando la puso en manos de los médicos apropiados. Traister, acompañada por Andrew Goldman, colega y luego novio, se vieron arrastrados en la estela de Harvey, a pocos pasos detrás de él, entre una multitud de personas muy bien peinadas que querían entrar a desearle éxito. Traister le dio alcance y, aferrada su grabadora, le preguntó por la película de Nelson. Harvey se la quitó de encima diciendo: «No tengo nada que ver con eso. Es de la división de Bob, mi hermano. No la he visto y no sé de qué va.» No estuvo muy receptivo que digamos, pero eran unas palabras de Harvey y Traister pensó que por esa noche ya tenía bastante.

No obstante, Harvey no estaba acostumbrado a que los periodistas lo desafiaran y le hicieran preguntas que él prefería no contestar. Se suponía que su ejército de publicistas lo protegía precisamente de estas sorpresas, aunque por lo general no fuese necesario dado lo hábil que era a la hora de enseñarle a la prensa la zanahoria y el palo. Cuando el departamento de márketing de Miramax compraba anuncios y *spots* televisivos, tenía la justificada esperanza de recibir aquello por lo que había pagado. Sin embargo,

a la gente de prensa Harvey le exigía que consiguiera lo mismo y más pero gratis, que ejerciera todo el control posible sobre lo que se escribía acerca de él, de su hermano y de su empresa, el mismo control que él ejercía sobre la publicidad de pago. Los publicistas no sólo colaban artículos; también trataban automáticamente, y a veces lo conseguían, de abortar artículos, dándoles a los negativos un sesgo positivo y seleccionando a los escritores. Por supuesto, los publicistas de los estudios siempre han colado artículos favorables y ejercido el control de daños, pero no tiene prácticamente precedentes que el presidente participe personalmente como lo hacía Harvey. Los críticos que destrozaban una película de Miramax podían esperar una llamada o una carta airada del mismísimo copresidente de Miramax acusándolos de «traición», seguida, a veces, del ramo de flores de costumbre. Nada era demasiado pequeño para él; nada se le escapaba.

En mayo de 1995, después de que Harvey comprase, viera y detestara –en ese orden– *Dead Man*, en Cannes, intentó con todas sus fuerzas convencer al director Jim Jarmusch para que volviera a montarla. Como no lo consiguió, retuvo la película un año entero, hasta mayo de 1996; luego la estrenó sin mucho entusiasmo. Recuerda Jim Hoberman, crítico del *Village Voice: «Dead Man* era la mejor película de Jarmusch desde *Extraños en el paraíso*, pero él les plantó cara y ellos se vengaron. [La publicista] Cynthia Swartz me llamó para decirme que *Dead Man* era malísima. ¡Ellos mismos empezaron a hablar mal de su propia película!» En enero de 1996, Jarmusch, presentador en la ceremonia de entrega de premios del New York Film Critics Circle, reprendió públicamente a Miramax, para mayor regocijo de los invitados, diciendo que *Dead Man* se había visto más en pases privados que en proyecciones públicas, aludiendo al hecho de que Miramax no hubiese querido apoyar la película. Este incidente incitó a John Clark, articulista de *Los Angeles Times*, a escribir un reportaje. Entre la gente entrevistada por Clark estaba Hoberman, que recuerda: «Una de las cosas que le dije, bastante inofensiva, fue que yo pensaba que Miramax se había vuelto más conservadora desde que la había comprado Disney.» Luego Hoberman dejó su casa en Nueva York para viajar a Santa Mónica

por trabajo. Prosigue: «Regresé a mi hotel y encontré en el contestador una serie de mensajes, a cual más histérico, de Cynthia Swartz, que llamaba desde Sundance con el móvil. En el último mensaje se la notaba muy enfadada, decía algo como: "Todo el mundo se ha retractado menos usted. Espero sinceramente que lo haga. Y lo mismo espera Harvey, porque de lo contrario se verá obligado a tomar alguna medida que no quiere tomar."»

A principios del 2002, Patrick Goldstein cosechó la ira de Harvey cuando dedicó una de sus columnas de *Los Angeles Times* a reprobarle a Miramax su comportamiento en la campaña por los Oscar de ese año. Según recuerda Goldstein, Harvey lo llamó y le dijo algo así como: «Eres una mierda y tu columna también es una mierda. A nadie le importa lo que escribes. La gente tira el periódico a la basura y lo usa para envolver pescado.»

También había tretas. Harvey había provocado un escándalo menor cuando, en 1994, llevó a Martha's Vineyard, en el jet de Miramax, a Kurt Andersen, editor de la revista *New York*. (Andersen se ofreció a pagar el trayecto aplicando la tarifa comercial.) El copresidente de Miramax afirma que fue la única vez que ocurrió una cosa así, aunque ocurrió al menos una vez más, a saber, cuando llevó a Jim Meigs, el nuevo redactor jefe de *Premiere*, desde Sundance de vuelta a Nueva York en enero de 1997. Dice Meigs: «Más tarde me arrepentí. Era indecoroso.»

Es bien sabido que Miramax tiene en el bolsillo a algunos de los columnistas de cotilleos de Nueva York. Dice Dennis Higgins, ex publicista de Miramax: «A Harvey le obsesionan esas columnas. Prefiere ver que algo aparece de golpe en una columna que emitir un comunicado de prensa para las revistas especializadas.» El ejemplo más notorio es Roger Friedman, que a menudo utiliza *411*, su columna de cotilleos en Internet, para vender (y muy de vez en cuando criticar) las películas de Miramax. Dice Higgins: «No hay nadie tan vendido como Roger. Es como si dijera: "¿Qué quieres que escriba?" Si hasta conseguimos que dijera que *Atando cabos* es una gran película.» Harvey financió *Only the Strong Survive*, el documental de Friedman sobre los cantantes de soul, y no se arrepiente. «Roger Friedman me está haciendo ganar 1,5 millones»,

dice. «Puede pasarse el día entero en mi despacho. A. J. Benza, despedido del *Daily News*, estaba sin un duro. Yo le di cincuenta de los grandes para que escribiese un libro. Mitchell Fink, del *Daily News*, va a escribir un libro para nosotros. Y yo no le digo a Mitchell Fink que me trate bien. Me ha ridiculizado tantas veces que no puede haber un conflicto de intereses.»

Richard Johnson, editor de la muy leída «Page Six» del *New York Post,* fue contratado por Miramax en calidad de consultor cuando Harvey decidió hacer una nueva versión de una película francesa titulada *Jet Set,* sobre el mundillo de las fiestas y las discotecas. Dice Johnson: «La idea era que yo tal vez trabajaría con un guionista, pero perdieron el entusiasmo. Nunca vi un dólar.» ¿Se habría producido un conflicto de intereses si el proyecto no se hubiera estancado? «¡Por supuesto!», responde Jonson. «Es difícil escribir cosas negativas sobre la gente que te paga. Pero ¿no puedo descalificarme a mí mismo? ¿Cuánto escribo yo sobre Miramax?» Paula Froelich, su colega de «Page Six», tiene un contrato con Miramax Books para «un libro sobre cómo utilizar las reglas de la fama para salir adelante», según dice ella misma. Algunos sospechaban que Harvey utilizaba las revistas en las que había invertido dinero para distribuir obsequios entre esos escritorzuelos de Nueva York tan amables con Miramax. Dice un ex editor de *Talk*: «Siempre nos endilgaban artículos escritos por esos periodistas de las columnas de cotilleos y que no estaban asignados por los editores, sino por otra persona. Puede que por Tina. Pero Tina se consideraba a sí misma una celebridad literaria y ellos estaban por debajo, de modo que alguien debió mandarle que lo hiciera, Harvey quizá. Estaba claro.»

Pero, aunque Harvey sabía muy bien que con miel podía ganarse más amigos, al parecer Traister no entendía las reglas del juego fijadas por Miramax, y cuando acorraló a Harvey, el copresidente no pudo contenerse. Cuando la periodista se disponía a marcharse, sintió en el hombro una mano muy pesada. Él le dio la vuelta y le gruñó: «No vas a usar eso que te he dicho, ¿verdad?»

«Harvey, yo no me preocuparía por eso. No has dicho nada que pueda usarse contra ti de ninguna manera.»

«No puedes usar ni una sola palabra.» Harvey intentaba no subir la voz, pero a ella le parecía que tenía que hacer un esfuerzo considerable para conseguirlo.

«Yo me presenté; tú no me dijiste que era extraoficial. Y estaba hablando ante mi magnetófono.»

«¡Dame esa grabadora!»

«¡No, no pienso dártela!»

Pinchándola con fuerza en el hombro y dándose vuelta para incluir a Goldman, que se había acercado hasta ellos cuando advirtió el tumulto, Harvey gritó: «No me dais ningún respiro. No puedo creer que me hayáis hecho esto, joder. Venís a la fiesta por el cáncer de esta mujer, una fiesta que doy yo por pura bondad y os presentáis recurriendo a un engaño... Sois basura, los periodistas de verdad no hacen estas cosas, no vienen a un evento así a preguntar por algo que no tiene nada que ver con esto. Tenéis que pasar por mi despacho.»

«Harvey, te llamé al despacho esta semana. Pedí hablar contigo, pero no funcionó.»

Según un testigo, Harvey, que seguía empujándola mientras le salía espuma por la boca, acercó la cara a la de Traister y gritó algo así como: «Esta zorra ha entrado aquí mintiendo. Dijo que iba a escribir sobre la fiesta pero no ha venido a cubrir la fiesta. Ha venido a sabotearme.»

Traister se quedó de piedra. Pensó: Si es capaz de interrumpir su propia fiesta gritando y empujándonos, bueno..., mierda, ahora puede pasar de todo.

Goldman, que ya se acercaba a los treinta años y que pesaba tal vez unos veinte kilos menos que Harvey, escogió ese momento para intervenir: «Eh, Harvey, espera un momento. A esta fiesta me invitaron a mí, soy yo el que va a escribir...»

«¡Mientes! Tú has traído a esta mujer.» Sudando copiosamente, con la cara roja de ira y congestionada, Harvey se dio la vuelta y, clavando el índice en el pecho de Goldman, bramó: «Esto tiene que ser entre tú y yo. Exijo un mano a mano. Vas a salir afuera y te voy a reventar el culo a patadas.»

Goldman se asustó tanto que por un momento pareció que iba a

cagarse en los pantalones. No obstante, tuvo aplomo suficiente para sacar su magnetófono. Hablando con voz entrecortada, con los labios secos, dijo: «Olvidemos lo que ha pasado con Rebecca y hablemos de Karen Duffy.» Mientras los publicistas de Miramax se apiñaban en torno a Traister, todo disculpas –«Oh, lo sentimos mucho. Harvey está muy estresado, es la víspera de las elecciones, está agotado. Llama mañana, te daremos algo para tu artículo»–, Weinstein se calmó con la misma rapidez con la que había estallado, como si alguien le hubiera dado a un interruptor. Los dos hombres entablaron una conversación de lo más tranquila sobre la autora. Pero, pensando que tenía una oportunidad con el recientemente inactivo Weinstein, Goldman cometió un error cuando dijo: «Harvey, creo que es una verdadera lástima lo que acabas de hacerle a esta chica. Sólo hacía su trabajo. El periódico ha sido siempre muy respetuoso contigo, no comprendo por qué has tenido que hacer algo así delante de toda esta gente.» Sin darse cuenta, volvió a darle al interruptor, y Weinstein se puso a temblar de rabia. Mientras los invitados contemplaban la escena muertos de curiosidad, sujetando sus martinis con manos temblorosas, Harvey empezó a soltar una obscenidad tras otra, gritando: «¡Sacad a estos dos de aquí. Han venido con engaños, son unos embusteros, no volveremos a hablarles.»

«Harvey, no creo que de verdad quieras hacer esto.»

«Estoy hasta los cojones de tanta mierda. Si quieres jugar así, entonces voy a tratarte como a un hombre, repito, voy a reventarte el culo a patadas. ¿De acuerdo? Alguien tiene cáncer. Eso es de mal gusto. Tendrás que vértelas conmigo y ¿sabes una cosa? Está muy bien que yo sea el jodido sheriff de esta mierdosa ciudad sin ley. Al menos alguien se preocupa.» Y, tras empujar a Goldman y deteniéndose para señalar a Traister, gritó: «Controla a la cabrona de tu colega.» En algún momento Harvey debió de darse cuenta de que el indicador de la grabadora de Goldman parpadeaba en rojo. «¿Estás grabándolo todo?», aulló, antes de intentar arrebatarle el aparato. En la refriega, Goldman cayó hacia atrás, golpeando con el magnetófono a una actriz. Señalando al periodista del *Observer*, Harvey gritó: «¡Mirad lo que ha hecho! ¡Mirad lo que ha hecho este

cabrón! Ha golpeado a esa mujer en medio de mi fiesta. ¡Lo maaato!» Y le hizo a Goldman una llave de cabeza y lo sacó del hotel, arrastrándolo a la calle por entre las puertas de cristal mientras los invitados lo seguían en tropel y los *paparazzi* disparaban sus cámaras. Al final, los publicistas de Miramax, que rodeaban a Weinstein como liliputienses lanzados sobre Gulliver, cogiéndolo por los brazos y diciéndole cosas como: «Suéltalo, suéltalo, Harvey. Te has vuelto loco», consiguieron separarlo del periodista. Weinstein ordenó al servicio de seguridad del hotel que le quitara el magnetófono. Pero, como los guardias no tenían ni idea de quién era Harvey, Goldman logró escapar mientras él seguía gritando que ésa era su fiesta.

Además de los *paparazzi* había allí varios columnistas cubriendo el evento. Goldman y Traister confiaban en que al día siguiente verían la historia en todos los tabloides. Al fin y al cabo, el jefe de una importante división de Walt Disney Company había atacado a una periodista en una fiesta dada en el más elegante corazón de la ciudad y ante decenas de testigos. Pero no salió prácticamente nada. Los artículos que sí aparecieron echaban la culpa a las víctimas y parecían inventados por Miramax, como el que apareció en «Page Six» del *Post*, que decía: «Una pareja de periodistas prepotentes del *New York Observer* acabaron con la paciencia de Harvey Weinstein, jefe de Miramax, provocando una desagradable escena en algo que habría debido ser una feliz celebración en honor de Karen Duffy, la ex presentadora de vídeos musicales de MTV.» En *Inside.com*, una de las pocas válvulas de escape que informó de modo fidedigno sobre el encontronazo, un publicista de Miramax negó que Harvey le hubiera hecho una llave a Goldman y admitió que solamente lo había «ayudado» a marcharse. La gente de prensa de Miramax siguió insistiendo en que habían aceptado darle a Traister las declaraciones que quería y en que el comportamiento de la periodista no había sido el apropiado. La joven periodista les dijo a sus amigos que más tarde la había seguido un detective y que Miramax había llamado a sus antiguos jefes para averiguar si alguna vez había hecho algo reprochable.

Un poco más tarde esa misma noche, Harvey se subió a un avión

con destino a Miami junto con Affleck, Robert De Niro y Glenn Close, para sumarse a Bon Jovi, Stevie Wonder y otros famosos que compartían escenario con Gore en una concentración en la víspera de las elecciones. Las estrellas rara vez veían a Harvey descontrolado y, por supuesto, él no les mencionó el incidente del Hotel Tribeca. «¿Intimida Harvey a los periodistas?», cavila Affleck. «No me enteré de nada de lo ocurrido. Si intimida a los que escriben columnas de cotilleos..., bueno, será porque se lo merecen. Todos los putos días publican falsedades. Algún chico tratando de escribir como sea un artículo sobre *O*, en la que el monólogo de Iago, que tiene cuatro páginas, queda reducido a Josh Hartnett diciendo: "¡Cuidado con tu chica, tronco!" Por eso lo echaron de la fiesta a gritos. No estamos hablando de la paz mundial. Que se comporte como si Queens hubiera cruzado el río y él siguiera siendo el promotor de conciertos es algo que para mí tiene algo de encantador. Puede que no sea tan encantador si te hace la llave a ti, pero Harvey es un cabrón, un duro, y su gente no es tan capaz. No tiene mucha compostura, es cierto; es todo impulso, pero tampoco es Suge Knight.* No trata a todo el mundo igual. De él sólo he visto el lado humano. A Matt y a mí nos apoyó y conmigo ha sido un muy buen amigo.»

El 7 de noviembre, la noche de las elecciones, Harvey copó el restaurante Elaine's y le dijo a todo el mundo que estaban por llegar los Clinton. Pero, con el empate en Florida, la noche terminó siendo tan loca, que Hillary llamó desde el Sheraton, donde la pareja se había alojado, para decir: «No podemos ir.» Weinstein, enfurecido, dijo: «Llevaré a un grupo a vuestro hotel.» Capricia Marshall, que había sido secretaria social de la Casa Blanca metió cuchara: «No puedes traer a periodistas. Y por favor, que sea un grupo limitado.» Harvey se pasó por Elaine's diciendo: «Tú puedes venir, tú no; tú vienes, tú no.» Affleck, Tina Brown, Uma Thurman y Ethan estaban entre los pocos elegidos, como Robert Friedman y un puñado escaso de periodistas, pese a la orden de no llevar a la prensa.

No cabía duda de que el tiempo y el esfuerzo puestos por Harvey en la campaña electoral, como también en *Gangs of New York*,

perjudicaban a su lista de estrenos. James Mangold y Cathy Konrad preparaban en esos días *Kate & Leopold*. Dice Konrad: «Por lo general, cuando haces una película en Miramax te dices: "Ojalá Harvey no aparezca." Pero esta vez rezábamos para que sí apareciera, aunque no se presentó hasta que ya era demasiado tarde.» Harvey parecía aburrido por los elementos básicos de los rodajes. «Nos preguntó si sabíamos qué le estaba pasando», recuerda Mangold. «Dijo: "¿Sabéis una cosa? No voy a hacer más cine. ¡Quiero cambiar el mundo!"» Konrad pensó: ¿Qué se hace en una situación así? Sé que parecemos estúpidos –también a nosotros nos preocupa el mundo– pero tenemos que empezar a rodar dentro de dos semanas y a nadie le importa un carajo.

En otoño del 2000, la privilegiada posición de Scott Greenstein ya era bastante precaria. Ninguna de las películas de USA había hecho mucho dinero y, por culpa de unos elevados gastos generales de estructura, la empresa devoraba efectivo. En la víspera del estreno de *Traffic*, *Variety* publicó un artículo diciendo que era sólo cuestión de tiempo hasta que Barry Diller despidiera a Greenstein. La gente contaba los días que faltaban para que le asestaran el tiro de gracia.

Sin embargo, Greenstein demostró tener un aguante asombroso. Y cuando Russell Brown trajo *El hombre que nunca estuvo allí*, de los hermanos Coen, o cuando Donna Gigliotti compró por las buenas *Posesión*, de Neil LaBute, y *Gosford Park*, de Robert Altman, Greenstein se alegró. Antes de que nadie lo supiera, USA había conseguido desarrollar una respetable lista de películas, ninguna de las cuales se había estrenado todavía.

Soderbergh, que pensaba que tenía una posibilidad de conseguir el Oscar, quería que *Traffic* se estrenase antes de terminar el año, lo cual significaba hacer frente al punto muerto de las vacaciones. De Jack Foley dependía que se consiguiesen las salas. Para una empresa pequeña y nueva como USA, «la competencia es terriblemente destructiva, asesina en términos sociopatológicos. Ese

enfrentamiento contra los grandes en Navidad se parece a presentarse como voluntario a un tratamiento de electroshock», dice Foley. «Nada de lo relativo a esa película encajaba. Trata sobre el tráfico de drogas, es una película cerebral, no comercial, y Estados Unidos entero buscaba el entretenimiento, cosas como *Los padres de ella*. Por eso, viniendo de Miramax, donde se vive al margen –coge tus reglas y métetelas por el culo–, acepté el Avco, en Westwood, disponible porque atravesaba una mala época, y ganamos. Ya lo creo que ganamos.»

Traffic se estrenó el 27 de diciembre del 2000 y enseguida comenzó a batir récords. Si bien la afeaba la inverosímil línea secundaria argumental del personaje interpretado por Michael Douglas (con algunas excepciones, sólo en el cine los altos funcionarios del gobierno renuncian por cuestiones de principio), el filme hunde sus raíces en los pseudodocumentales de los años sesenta y setenta, como *The War Game*, de Peter Watkins, y está repleto de momentos de experimentación formal. «Me pasé mucho tiempo estudiando *La batalla de Argel* y *Z*, dos películas que transmiten la poderosa sensación de captar la realidad tal cual, no puesta en escena. Eso era lo que buscábamos», dijo Soderbergh.

Aunque parezca inverosímil, *Traffic* recaudó ciento veinticuatro millones de dólares, sólo un millón y medio menos que *Erin Brockovich*, el gran éxito de Soderbergh para Universal, y frenó la navaja que había estado acariciando el cogote de Greenstein. Por otra parte, estos dos éxitos consecutivos de Soderbergh le dieron finalmente cierto poder. Tras un intervalo de diez años, capitalizó la promesa de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* y se asoció con George Clooney, la estrella de *Out of Sight*, en una nueva productora llamada Section Eight. Comenzó a llamar a cineastas –Kim Peirce, James Gray, Lodge Kerrigan *(Clean, Shaven)*, Harmony Korine *(Julien Donkey-Boy)*, Alison Maclean *(Jesus' Son)*, John Maybury *(El amor es el demonio)*; Chris Nolan *(Memento),* Alejandro González Iñárritu *(Amores perros)*, Alfonso Cuarón *(Y tu mamá también)*. Y les preguntó: «¿Qué estáis haciendo? ¿Puedo ayudaros?» Dice Soderbergh: «No sé qué otra cosa se supone que has de hacer con el dinero que tienes como no sea contribuir a que se hagan películas

interesantes. Intentamos movernos lo más rápido posible antes de que ese dinero se acabe.»

La idea de Soderbergh era ofrecer a los independientes un incentivo económico para proyectos más comerciales. Suponía que los estudios, con su atención cada día más centrada en las grandes recaudaciones, se habían alejado del centro, la clase de películas que solían hacer. «Creo que hay insatisfacción en los dos extremos», dice. «La gente que va a ver películas de arte y ensayo se siente frustrada con lo que ve, y la que va a ver cine centrado en grandes estrellas también sale decepcionada.» El director propuso otro modelo: «Se puede conquistar un terreno propicio, un punto medio, como en los años setenta. Las películas que antes financiaban los estudios, con estrellas, las hacían directores realmente interesantes. Siempre he pensado que prefiero ver una película de Todd Haynes en cuatro mil salas antes que una de un directorcillo cualquiera.» En palabras de George Clooney, su socio en Section Eight: «En parte lo que queremos decir es: "¿Por qué no la estética que procede [de los años setenta]?" Simplemente tratamos de introducir una sensibilidad independiente dentro del Hollywood convencional.»

Soderbergh les preguntó a los directores del otro extremo: «¿Queréis seguir en el gueto de las salas de arte y ensayo toda la vida u os interesa trabajar en un género ya establecido con estrellas de cine? Porque hay una manera de hacer lo que hacéis sin que un estudio os moleste, pero también de hacer algo que la gente podría ir a ver.» Dice el director: «Una de las razones del éxito de *Memento* fue ser una película de arte y ensayo pero también de misterio, con asesinato incluido y con un par de actores que, si bien no son grandes estrellas, son conocidos. Creo que el público dijo: "Oh, gracias a Dios. Por fin alguien que quiere contar una historia y, además, entretenerme un poquito. No se parece nada a comer verduras." La mayoría de los directores respondió: "Sí, genial. Estoy harto de hacer películas que nadie va a ver."»

Soderbergh confiaba en esas respuestas. Al fin y el cabo, él también había pasado por eso. Estaba usando como modelo su propia trayectoria profesional. Había dado en el blanco antes de que nadie supiera que había un blanco, después de lo cual, luciendo el

cilicio *indie*, se salió del sendero y se perdió en el desierto, donde anduvo sin rumbo casi una década hasta que hizo autoestop en la autopista de Hollywood y se apartó de los proyectos esotéricos (léase, personales) que caracterizaron sus primeros años. Dice ahora: «Es lógico, considerando que los estudios se han tragado al movimiento independiente, que yo fuera inevitablemente una especie de híbrido. Puede que actuase por prevención cuando decidí moverme hacia el centro, porque no sé si hubiera tenido una carrera [fuera de la corriente establecida]. Debí de percibir que eso no se iba a dar.» En las llamadas telefónicas del buen samaritano Soderbergh a sus hermanos menos afortunados, él predicaba el Evangelio de San Harvey y San Bob. Casi todas las instituciones independientes se habían vuelto adeptas a empujar a los directores hacia el centro comercial, ya fuera Sundance, Miramax, los premios del Independent Feature Project's Spirit, el proyecto Greenlight de Damon y Affleck o el ejemplo de la excepcional carrera de Tarantino.

Sin embargo, les pedía que hicieran algo que él mismo no sabía hacer. Soderbergh no había sido un híbrido como Tarantino porque tenía dos mentes, escindidas, y seguía el modelo más común y sencillo: el una para mí, una para ellos. Es difícil que los híbridos ganen nada –cuando fallan, los desdeñan por ambiguos–, y en una década y media Soderbergh sólo ha encontrado la zona dos veces, en *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, que cada vez más parece una feliz casualidad, y en *Traffic*. Después de *Traffic* se embarcó en *Ocean's 11,* para Warner, un descarado producto hollywoodense con un reparto estelar. No fue una experiencia agradable. «Para mí *Ocean's* no tenía ningún sentido. Fue lo más difícil que hice en la vida. Es una película que no trata absolutamente de nada. Para mí sólo significó hipertensión cerebral. Nunca me sentí seguro ni cómodo.»

Apenas comenzó su película para un gran estudio le entraron ganas de hacer una para él. «A las dos semanas de empezar me sentía con ganas de hacer algo no tan grande, una película de guerrilla. Necesitaba quitarme eso del organismo.» Por irónico que pueda parecer, describió la película que quería hacer como *Son of Schizopolis* («Hijo de Schizopolis»). «*Schizopolis* no fue una película

pensada para que cualquiera la entendiese», prosigue el director. «Combiné la energía de eso con una línea más coherente, un núcleo argumental más en la línea de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo.»* Soderbergh escribió el guión con Coleman Hough, un amigo dramaturgo, mientras rodaba *Ocean's 11*. La película se llamaba *How to Survive a Hotel Room Fire*.

En febrero del 2000, Soderbergh había leído en el *New York Times* un artículo sobre Godfrey Reggio y su inútil viaje de diez años en busca de financiación para la última parte de su trilogía *Qatsi (Koyaanisqatsi* y *Powaqqatsi).* Y pensó: Es una locura, ese tipo es increíble. Soderbergh llamó a Reggio y se ofreció a financiar la fase inicial del rodaje con las primas de *Erin Brockovich* y *Ocean's 11*.

Soderbergh le dio a Reggio 1,7 millones de un presupuesto total de seis millones de dólares. Pero, justo en el momento en que *Naqoyqatsi* puso la quinta, Soderbergh comenzó a quedarse sin dinero. Y pensó: MGM es la propietaria de las primeras dos partes de la trilogía. Iré a verlos y les diré que, si ponen los cuatro millones que le faltan a Godfrey, les doy *How to Survive a Hotel Room Fire*. Y me comeré mi parte para que todo sea más tentador. Y fue a MGM. Los ejecutivos le dijeron: «Parece una gran idea», pero no ocurrió nada. Pasaron los meses. Finalmente, Soderbergh llamó a Pat Dollard, su agente, y le preguntó: «¿Qué diablos pasa? Tengo que saberlo, estoy sin dinero y atravesamos un momento crucial.» Dollard llamó a MGM y luego le dijo: «Están haciendo números.» El director replicó: «Se acabó. Llama a Miramax y a USA y véndeles la idea.» Tanto Miramax como USA dijeron: «¿Adónde enviamos el cheque?» Soderbergh se decidió por Miramax porque Harvey también le dijo: «Voy a sacarte de la película de Reggio en lo que respecta al dinero. No deberías ponerte nunca en una situación así. Yo pagaré los seis millones.» Añade Soderbergh: «Cuarenta y ocho horas más tarde recibimos el acuerdo por escrito, tres páginas. Godfrey tuvo la financiación que necesitaba y fuimos e hicimos *Hotel Room Fire.»* Para Harvey, era una oferta: dos al precio de uno. Se moría de ganas de revivir la relación con Soderbergh, en esos días el director más cotizado, y también ardía en deseos de hacer negocios con Clooney, convertido ya en superestrella. La película, que

finalmente se llamó *Full Frontal*, se rodó en dieciocho días en noviembre del 2001 con un presupuesto bajísimo de dos millones, reduciendo los costes con una tercera parte en película y dos terceras partes en vídeo digital. A nadie del reparto, formado por grandes estrellas, entre las que figuraba Julia Roberts, se le permitió tener una caravana.

Con todo, *Full Frontal*, instrumento de los intentos de Soderbergh y Clooney por renovar el cine americano encontrando una vía media, pareció ofender a todo el mundo. Más que aplaudir a un director como Soderbergh, a diferencia de tantos otros de sus pares que –digámoslo claramente– se han «vendido», los críticos lo destrozaron. Parecieron considerar la película una maniobra, como si un director con un éxito comercial como *Ocean's 11* no pudiera jamás ser sincero a la hora de querer volver a sus orígenes. En palabras de Ethan Hawke: «Acababan de celebrar la mierda de Soderbergh erigiéndolo en el gran director de Hollywood, y él finalmente iba a imponerse sobre la promesa de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* para ser un "participante", ¿verdad? Luego volvió a tener cierto reconocimiento en el mundo independiente y ellos olieron a rata. Están locos.»

Los puristas, los «auténticos» independientes, a los que poco les interesaba hacer cine dentro del sistema, tampoco estaban contentos; Soderbergh debía de parecerles un ratón de un experimento de Pavlov. Cada vez que el director penetraba en territorio independiente, recibía una descarga eléctrica que lo mandaba de vuelta al queso de los estudios.

Soderbergh siempre había racionalizado su romance con el comercialismo insistiendo con recato en que nunca había querido ser un *auteur*; esta afirmación molestó a algunos de los híbridos que él mismo había intentado promover, los que hacían películas de estudio imponiendo sus propias condiciones. «Estuve en una mesa redonda con él en el Festival de Cine de Hamptons de 1997. Dijo algo que me sorprendió», recuerda David O. Russell. «Soderbergh dijo: "¡Me gustaría saber quién va a derrotar al próximo Sydney Pollack!" Después me di cuenta de que se refería a él mismo. Se ha convertido en el próximo Sydney Pollack. Se considera un artesano,

lo cual le resulta muy útil porque de alguna manera le sirve de excusa para decir: "Puedo hacer más películas de género como he hecho con *Ocean's 11*. Admitámoslo, no tengo pretensiones, no soy un visionario." Pero ésa es una manera muy bonita de entender la cuestión, o blanco o negro. ¿Es Alexander Payne un visionario? ¿Es Spike Jonze un visionario? No lo sé. Pero sí sé que son algo más que artesanos. Sé que hacen películas con dos cojones y eso es lo que a mí me interesa. No sé si soy un gran artista, pero las elecciones que hago me hacen sufrir y creo que está bien hacer algo que lleva más tiempo y que trata de hilar más fino.»

Es probable que Soderbergh tenga razón: hay un punto medio, un terreno propicio entre lo marginal y lo comercial. Es la vía que han adoptado Russell, Payne, Jonze y los dos Anderson. Todos se las han ingeniado, con la ayuda de presupuestos modestos y grandes estrellas, para hacer películas financiadas por estudios con las menores concesiones posibles al mercado. Hasta Hawke, si bien hablando como actor, ha comenzado a convencerse. «Se puede mear contra el viento un tiempo, hasta que empiezas a mojarte los pantalones», dice el actor. «Para ser franco, me excita mucho *Training Day (Día de entrenamiento)* porque es una película que podía proyectarse en un centro comercial y de la que me siento cómodo hablando. Eso me permite saber que soy capaz de hacerlo y quiero seguir intentándolo. Antes que hacer una para ellos y una para mí, quiero encontrar la película "con ellos" de la que pueda sentirme orgulloso. Es posible que llegue.»

Pero todo esto se parece a caminar por la cuerda floja sin red. Un paso en falso puede hacer que los directores vuelvan al punto de partida, a buscar dinero allí donde puedan encontrarlo, como los hermanos Coen después del fracaso de *El gran salto* en 1994, cuando Warner los abandonó sin ningún miramiento. En todo caso, lo discutible es si el intento de Soderbergh y Clooney de reinventar el modelo de los años setenta tiene algún sentido. Las mismas presiones económicas que han llevado a los estudios a realizar coproducciones y co-coproducciones entre ellos y con casi cualquier organismo que tenga una cuenta corriente pueden –no es inconcebible– llevarlos a correr más riesgos. Sin embargo, en los

años setenta estaban al borde de la bancarrota y no tenían opción; ahora sí. Además, en esa década, la contracultura, el principal mercado de los estudios, era mucho más uniforme que el mercado actual, que es, demográficamente hablando, muy variado.

Por otra parte, hay buenas razones para que los independientes eviten los estudios de la misma manera en que los estudios los han evitado a ellos. Russell, que consiguió con muy buenos resultados sacar adelante una visión personal, subversiva incluso, desde el estudio Cuisinart, decidió, después de *Tres reyes*, embarcarse en proyectos menos ambiciosos. «Con *Tres reyes* toqué fondo», dice el director. «Fue todo tan estresante, tan desagradable, que dije: "Nunca jamás volveré a hacer una película de esta envergadura." Sólo escribiré cosas más próximas a lo que siento, algo que pueda hacer a una escala menor. Hay directores que, como Soderbergh, decidieron hacer algunas películas comerciales para luego hacer una no comercial. Yo no quiero volver a hacer esa clase de pactos.»

A medida que se acercaba la temporada de vacaciones del importante año 2000, las esperanzas de Miramax se basaban en su triunvirato de estrellas: Affleck y Paltrow, que trabajaban en *Algo que contar*, Affleck en *Operación Reno*, y Damon, que encabezaba el reparto de *Todos los caballos bellos*, dirigida por Billy Bob Thornton, también, por supuesto, una creación de Miramax.

Todos los caballos bellos fue una producción costosa y compleja con una tortuosa historia que Miramax compartió con Columbia. John Calley había adquirido los derechos de la novela de Cormac McCarthy, en la que se basaba la película, cuando era jefe de MGM/UA, y había contratado a Mike Nichols, un viejo amigo, para que la dirigiese. Nichols decidió que prefería ser el productor; en consecuencia, hacía falta un director. Cuando en 1986 Calley se marchó de MGM/UA para ser presidente de Sony Pictures, se llevó con él el proyecto y le mencionó a Nichols el nombre de Thornton. Un día, en el plató de *Primary Colors*, Nichols, que dirigía, se acercó

a Thornton, uno de sus actores, en la carpa de las comidas y bebidas, y le puso el guión en la mano, diciéndole: «¡Tienes que dirigir esta película!» Thornton, que no era un gran lector, no conocía la novela de Cormac McCarthy. Pero le encantaban los westerns. Su película favorita era *Solo ante el peligro*.

De Thornton se sabía que no aguantaba mucho a los ejecutivos, y que la idea de hacer una ambiciosa película de estudio con un presupuesto de cincuenta millones sólo generaba en él escepticismo. Se cuenta que le dijo a Columbia: «Dejemos todo muy claro. Ya sabéis qué clase de películas hago. Si queréis paisajes de ensueño, contratad a alguien que haga esas cosas. No me contratéis para eso si me vais a cortar las piernas.» De hecho, Columbia no quería contratar a Barry Markowitz, el director de fotografía de Thornton, que había rodado *El otro lado de la vida* y *Camino al cielo*, porque pensaban que no tenía el estilo visual que *Todos los caballos bellos* necesitaba. «Necesitamos a Roger Deakins», dijeron. «Necesitamos a John Seale, a Tak Fujimoto.» Thornton respondió: «Quiero a todo mi equipo, la gente que ha luchado codo con codo conmigo en esas películas sin ambiciones, la gente que no cobró.» Columbia aceptó y Thornton también. Miramax, que desde los días de *El otro lado de la vida* tenía opciones para las tres siguientes películas del director, se encontraba entonces en condiciones de exigir una participación en el capital de Columbia a cambio de los servicios de Thornton. El director contrató a Tom Epperson, su coguionista, para reescribir el guión de Ted Tally, que tenía ciento cincuenta páginas, treinta páginas más que la media. Y el guión fue de Epperson. «Billy no me pidió que lo acortase. Que fuera largo no parecía ser un problema», recuerda Epperson. Sin embargo, añade: «Eso fue la ruina de la película.»

Thornton quería a Matt Damon para el papel protagonista, y le aseguró: «He hablado con Columbia. Puedo hacer la película como se me antoje.» Un día, Thornton fue al estudio y dijo: «Quiero hacer esta película por veinticinco millones, no por cincuenta, porque me temo que cuando os embarquéis en esta empresa de cincuenta millones no os va a gustar la película que os daré y os vais a asustar.» Columbia le dijo: «No, no, ésta es nuestra gran película

épica.» Dice Damon: «Una cosa así hace que te preguntes quién se habría leído el guión en Columbia, porque cualquiera que piense que *Todos los caballos bellos* es una epopeya sólo porque el título te hace pensar en vistas, se equivoca. La novela cuenta una historia muy tenebrosa. No es *Braveheart.* Ni siquiera es Larry McMurtry,* sino el polo opuesto.»

Después de luchar por reducir la duración a un tiempo manejable, Thornton presentó un montaje de tres horas y cuarenta minutos que enseñó a Calley y Nichols. Dice Dennis Rice, ex jefe de márketing de Miramax, que también vio el montaje de tres horas largas: «Era el montaje del director más indulgente que había visto en mi vida. Era una tortura ver esa película.» Affleck, que también vio el montaje, dice: «Me pareció brillante, una obra maestra, pero estoy dispuesto a admitir que mi gusto puede no ser el de todos los demás. Puede que me equivoque.» Se dice que Calley también fue muy efusivo, pero desapareció y dejó la película en manos de Amy Pascal, directora de Columbia Pictures. Pascal y Thornton no se caían bien. Se dice que el director había llevado a una reunión con Pascal un libro para colorear y que se pasó el tiempo jugando con un lápiz, pintarrajeando los dibujos mientras ella hablaba. (Pascal no ha querido hacer ningún comentario.)

Con todo, Columbia estaba tan entusiasmada con *Todos los caballos bellos* que, en 1999, le ofreció a Thornton *Atando cabos*, basada en la novela homónima de Annie Proulx. En esos días, Thornton salía con Laura Dern, e insistió en que fuera ella quien interpretara el papel de Wavey Prowse. Pero Columbia quería a Julia Roberts, a Meg Ryan o a Julianne Moore, en fin, a cualquiera menos a Dern, y la rechazó. Harto, Thornton, que había discutido con Pascal por la duración de *Todos los caballos bellos*, abandonó el proyecto, tras lo cual Columbia, según Weinstein, dijo: «No vamos a asociarnos contigo» en esta película. Lasse Hallström quería dirigirla; Miramax compró la película para él por tres millones de dólares.

En *Todos los caballos bellos*, Thornton tenía, por contrato, derecho a supervisar el montaje definitivo siempre y cuando la duración no fuera superior a dos horas. Por encima de eso, el estudio tenía

derecho a quitársela. Durante el frenesí de Navidad, Columbia organizó un pase de prueba en el Sherman Oaks Galleria, la versión de los estudios de los centros comerciales de Miramax en Nueva Jersey. Mediada la proyección vieron entrar en la sala a varias mujeres con bolsas de la compra, quedarse unos minutos mirando la pantalla y volver a salir en busca de las mejores rebajas de la temporada. En otras palabras, la proyección fue un desastre. Pascal seguía presionando a Thornton para que acortase la película. Cuenta Damon: «Es comprensible que se asustaran. Es comprensible que no quisieran estrenar una película de tres horas que, además, según los criterios actuales es lenta y está llena de reflexiones. Cuando alguien firma un talón de cincuenta millones, quiere recuperar ese dinero. Se dice que Amy le gritó a Billy Bob: "¡No quiero una película de arte y ensayo que cueste cincuenta millones!"» *Todos los caballos bellos* no se estrenó finalmente en las navidades de 1999.

Hablar con Thornton sobre la posibilidad de acortar la película era como hablar con un sordomudo. Rompiendo una lanza, Affleck argumentó: «Si la acortas, no va a ser ni chicha ni limonada. Los críticos no van a respetar la calidad artística ni el genio porque habrás amputado la película, y el público no va a hacer cola para verla porque no tiene Wookies ni Hobbits.» Entretanto, Harvey le decía a todo el que quisiera oírlo: «Amy Pascal me está dando la bronca con esta película. Lo que pasa es que no saben cómo venderla, no creen que tengamos un candidato al Oscar. Es larga, pero es maravillosa. Podemos conseguir algo con esta película.» En agosto del 2000, a Pascal ya se le había acabado la paciencia. Columbia temía que esa situación le hiciera perder un gran éxito. Según Damon, el estudio dijo algo así como: «Harvey, es mejor que esto lo manejes tú. Conoces a Billy, sabes cómo hablar con él, sabes estrenar cualquier cosa. Estrénala de una puta vez. ¡Buena suerte!» Harvey, emocionado con la posibilidad de ser un príncipe azul, no dejó escapar la oportunidad. Miramax se hizo cargo del estreno en los Estados Unidos mientras Columbia se reservaba el estreno en el extranjero. Harvey le dijo a Thornton: «Sé exactamente lo que hay que hacer. Vamos a conseguirte un montón de nominaciones de la Academia», mientras el departamento de prensa de Miramax

afirmaba que Harvey era la única persona a la que Thornton estaba dispuesto a escuchar. Algo que, por supuesto, era pura mentira. Thornton nunca había tenido una especial estima por las habilidades de Weinstein como montador –se peleó con él a muerte durante el montaje de *El otro lado de la vida*– y con sorna solía decir que Harvey se creía otro Orson Welles. Según una fuente cercana al director, él no tuvo nada que ver con la decisión de concederle a Miramax el estreno de la película a escala nacional.

De hecho, en el fondo no cambió nada después de que *Todos los caballos bellos* pasara a manos de Miramax. Thornton no paraba de quejarse: «Harvey me está obligando a acortarla.» Weinstein afirmó que no tenía otra opción; estaba atado de pies y manos por los términos del contrato firmado por Thornton con Columbia. Thornton y Damon nunca consiguieron saber si eso era cierto o no. Dice Damon: «El punto de vista cínico es que, porque no teníamos ninguna responsabilidad, él podía señalar con el dedo a cualquier otra persona y decir que estaba atado de pies y manos.» Dice una fuente en Columbia: «Por contrato, había un acuerdo entre las dos empresas sobre la duración. Pero, si nos hubiera enseñado un montaje de tres horas de *Lawrence de Arabia*, o uno de dos horas de *Aventuras en Alaska*, estoy seguro de que podría haber hecho un buen alegato a favor de su montaje de *Todos los caballos bellos.»*

Weinstein obligó a Thornton a quitarle a la película una hora y veinte minutos, reduciéndola así a una hora cincuenta y cinco. Thornton dijo algo así como: «Al menos conservaré dos horas de lo que es mío», pero estaba terriblemente insatisfecho. «Todos estábamos insatisfechos», dice Damon. «Pero insatisfechos no es la palabra.» Thornton le pidió a Epperson que viera su montaje con atención para luego escribir un texto para una voz en off. «El montaje que vi no funcionaba», dice Epperson. «Era una versión resumida del guión que yo conocía, truncada y episódica.» Añade Damon: «Se parecía a hacer un suflé y que venga alguien y te pida que lo reduzcas a la mitad, y lo que haces es cortarlo en dos e intentar darle forma para que parezca que así fue como lo hiciste de entrada. Eso no puede funcionar.»

Ésa fue la versión que estrenó Weinstein después de poner furioso

a Thornton cambiando la banda sonora que al director le encantaba, compuesta por Daniel Lanois, ganador de numerosos Grammys, el mismo que había compuesto la música de *El otro lado de la vida*. Prosigue Damon: «Al final era mucha la animosidad y la rabia para con Harvey, porque fue él quien orquestó la campaña de márketing y ordenó la manera de estrenarla y el montaje que finalmente se estrenó. Intentó que pareciera una historia de amor para que fueran a verla los adolescentes. Hizo un tráiler conmigo y con Penélope Cruz nadando desnudos, y con Bono cantando. Billy decía: "Mira, me encanta U2, pero aquí no encaja." Y en el póster pusieron "Hay pasiones que nunca pueden domarse", algo de lo que la película precisamente no trata. No hay historia de amor en *Todos los caballos bellos*, la película trata sobre el amor no correspondido, sobre la vida que supera a las personas y aniquila la pasión que puedan sentir. Al final, obtuvo una R, así que los adolescentes no pudieron verla o tuvieron que verla acompañados por un adulto.»

Harvey no asistió al estreno en Los Ángeles. Un ejecutivo de Miramax leyó una declaración del copresidente, que afirmaba que su avión, tras salir de Nueva York, había tenido que regresar por culpa del mal tiempo. Esa noche, un poco más tarde, cuando le preguntaron, el mismo ejecutivo dijo que nadie le había comunicado que Harvey alguna vez hubiera previsto asistir.

Todos los caballos bellos se estrenó el 25 de diciembre del 2000 y fue un estrepitoso fracaso. La película recuperó unos diez millones (sin contar los ingresos del extranjero y las ventas a mercados secundarios) de un gasto que pudo ser superior a cien millones si se incluye el dinero destinado a copias y publicidad.

Para Thornton fue una experiencia devastadora. «No quiere volver a dirigir», dice Damon. «Bill dijo: "Casi me mata." Se quedó en los huesos, tuvo que ingresarse con un problema cardíaco, estaba tan estresado que no podía dormir. A decir verdad, se lo tomó todo muy a pecho e invirtió mucho esfuerzo en la película.» Dijo: «Tengo hijos y tengo una vida, y no vale la pena poner tanto esfuerzo en algo para que te lo destrocen. No puedo volver a pasar por lo mismo porque me mataría.» Siempre había reconocido que le debía a Harvey su carrera de director, pero ahora también le echaba la culpa

por ponerle un final. «Harvey tiene un gran don con los directores pero la mayoría de nuestros dones también pueden ser nuestras maldiciones», dice una fuente familiarizada con el *modus operandi* de Thornton. «Su necesidad de agradar es enorme y eso es lo que le permite conseguir que los actores hagan cosas que otros no conseguirían que hicieran. Va con ellos a las discotecas, los saca de cualquier lío en que estén metidos, es la única persona con la que pueden hablar, pero luego, cuando le toca ser hombre de negocios, los traiciona y, si las cosas van mal, todo se vuelve personal y dramático.»

Casi todas las películas estrenadas por Miramax esas vacaciones fueron un fracaso. *Operación Alaska* fracasó estrepitosamente, junto con *La mandolina del capitán Corelli*, película ésta para cuya producción Miramax se asoció con Universal. *(El diario de Bridget Jones* fue un éxito, pero Miramax tuvo relativamente poco que ver con el desarrollo y la producción.) *Algo que contar* se estrenó justo antes del Día de Acción de Gracias. Tampoco obtuvo buenas recaudaciones: treinta siete millones con un presupuesto de treinta y cinco.

Cuando la tormenta amainó, lo único que quedó en pie de Miramax fue, por increíble que parezca, *Chocolat*, otra crónica de Hallström. Como *La mandolina del capitán Corelli*, *Chocolat* era una golosina internacional definida por un crítico de «eurobudín». En efecto, el sabor y el ambiente eran muy franceses; el guión, angloamericano; todos los personajes hablaban inglés (no hizo falta subtitularla ni ponerle un doblaje *déclassé)*, y el reparto, de Naciones Unidas: el norteamericano Johnny Depp, la francesa Juliette Binoche, la sueca Lena Olin y la británica Judi Dench. Fue ésa la época en la que Harvey intentaba darle todos los papeles a Gwyneth Paltrow. Creyendo que había obtenido el papel protagonista, Binoche dijo: «Fui a Nueva York y hablé con Harvey Weinstein [sobre mi papel]. Me dijo: "Antes tienes que pedírmelo." Yo estaba desconcertada, pero se lo pedí, con la lengua fuera como una mendiga, y Weinstein me dijo: "De acuerdo, el papel es tuyo."» Luego, según Binoche, Harvey cambió de idea y le ofreció el papel a Paltrow, que lo rechazó. (Un poco antes ese mismo año, en marzo,

Diane Keaton se había quejado de que Miramax aplicaba una táctica de mano dura para que pusiera a Paltrow en el lugar de Parker Posey en *So Shoot Me*, película que Keaton tenía previsto dirigir. «Queremos actrices con mucha más garra», dijo Keaton, «pero Miramax quiere poner a Gwyneth en cada película que cae en sus manos.») Dice Paltrow, no sin comedimiento: «Harvey me cuida.»

Inofensiva en sí, *Chocolat* pareció ser una señal ominosa de las cosas que se avecinaban, la nueva oleada de películas euroamericanas: un filme en el que cada detalle venía impuesto por los requisitos del mercado internacional, si bien casi totalmente americanizado. En la vena de *Como agua para chocolate*, parecía hecha a medida para Harvey, una oda a las propiedades liberadoras de los dulces. En general, la crítica la trató bien, aunque con cierta condescendencia. Un poco menos que elogioso fue Elvis Mitchell en el *New York Times*, para quien *Chocolat* era «una película de arte y ensayo para la gente a la que no le gusta esta clase de películas». No puede decirse que sea precisamente un elogio. Más ácida aún fue Lisa Schwarzbaum, de *Entertainment Weekly*, que escribió: «Envasada al vacío para preservar la frescura, *Chocolat* es la última golosina sintética de la eurotemporada, manufacturada a partir de una receta patentada basada en los datos de los grupos de atención respecto de lo que más les gusta a los consumidores en una película de Miramax... [dirigida por] Lasse Hallström con el mismo glaseado que utilizó en *Las normas de la casa de la sidra.*» Schwarzbaum llegó al extremo de burlarse de Weinstein por el amañado apoyo de pesos pesados como Jesse Jackson y Abraham Foxman, de la Liga Antidifamación, a sus esfuerzos por obtener para esta película una nominación al Oscar. En *USA Today*, se citó a Schwarzbaum llamando a Foxman «gilipollas» por permitir que lo utilizaran de esa manera. «Al parecer, Harvey montó en cólera», dice Schwarzbaum. En efecto, Harvey llamó por teléfono a Jim Seymour, al jefe de redacción, durante un almuerzo en «21», y le exigió una reunión. Seymour se negó. Poco después, Schwarzbaum asistió a Sundance. En cuanto llegó recibió –a medianoche– una llamada de uno de los esbirros de Miramax: «Harvey te está buscando.»

«Ah, qué bien.»

«Tiene que encontrarse contigo.»

La mañana siguiente, a la hora fijada, Harvey entró en el vestíbulo del Eccles, la sala de proyección en la que habían acordado encontrarse. Según Schwarzbaum, le dijo: «¿Cómo te atreves a llamar gilipollas a Foxman? Eso es pasarse de la raya; es un gran hombre. Yo perdí familiares en el Holocausto. ¿Cómo has podido decir eso de Foxman?»

«¿No querrás discutir ahora sobre quién perdió más gente en el Holocausto?»

«No olvides que puedo llevar esto hasta bien arriba y ponerte las cosas difíciles.»

Recuerda Schwarzbaum: «Quiso que asistiera con él a un pase de *Chocolat* para que viera cuánto le gustaba la película al público. Y fue entonces cuando perdió la cabeza. El día siguiente me envió un regalo, un libro con ensayos de François Truffaut, con una nota: "En el mundo hay lugar para toda clase de películas, de Truffaut a *Chocolat."*»

Cuando el año se acercaba a su fin, se hizo patente que, si no hubiera sido por *Scream 3* y *Scary Movie*, el 2000 habría sido desastroso. Pero, según una fuente, gracias a Dimension, de Bob Weinstein, Miramax obtuvo ciento veinte millones de dólares de beneficios.

Sundance 2001 marcó el vigésimo primer aniversario del instituto. Fue un festival sólido, con *Memento, En lo más profundo, En la habitación* y *Hedwig and the Angry Inch;* todas levantaron mucho revuelo. Sin embargo, lo más interesante fue que hasta mucho más tarde nadie compró las mejores películas, que sólo tuvieron una distribución superficial. De hecho, los compradores fueron tan cautelosos, que insistieron en probar las películas ante de comprarlas. Fox Searchlight coqueteó con *Lift*, dirigida por una flor exótica, Cari Streeter, una directora negra, con DeMane Davis. Searchlight pensó ponerla a prueba en Pasadena, uno de los lugares

menos apropiados del planeta. No le fue bien y Searchlight pasó. *Waking Life*, la rompedora película animada de Rick Linklater, dio vueltas por ahí hasta que Fox terminó comprándola unos meses más tarde. *The Believer (El creyente)*, de Henry Bean, acerca de un torturado judío cabeza rapada, obtuvo el Gran Premio del Jurado. Seis meses más tarde aún seguía buscando una distribuidora. (Finalmente la compró Showtime.) Del mismo modo, a la excepcional *L.I.E*. le dieron de lado por su comprensivo tratamiento del cordial pederasta del barrio. Pese a un final poco convincente, *L.I.E*. era una deslumbrante ópera prima de Michael Cuesta con un conjunto de interpretaciones extraordinarias, empezando por Brian Cox en el papel del pederasta. Finalmente la compró, unos meses más tarde, Lot 47, la nueva distribuidora de Jeff Lipsky, aunque no tenía dinero suficiente para darle el empujoncito que necesitaba y merecía.

¿Dónde estaba el equipo de compras de Harvey cuando estas películas –que la vieja Miramax habría recogido al instante– hacían antesala? Comprando *En la habitación*, de Todd Haynes, por 1,5 millones. Recuerda John Penotti, cuya empresa GreeneStreet Films dio dinero para la película junto con Good Machine: «Fue muy difícil encontrar gente que quisiera comprar una película con Sissy Spacek, y mucho menos con ese argumento, pero en cuanto terminó la proyección, Mark Gill y Agnes Mentre, de Miramax, dijeron: "Es una película extraordinaria, la queremos."» Harvey puso reparos. «Debéis de estar locos. Habláis de una película que pide a gritos que la corten. Ese tipo nunca nos dejará hacer nada con esto.»

«Sí que nos dejará.»

«Vamos, esto se convertirá en una batalla épica. No quiero tener nada que ver. Me van a emplumar.»

«Compra la película; él hará lo que tú quieras.» Searchlight, Universal Focus y Lion's Gate también estaban interesadas, «pero los de Miramax vinieron a nuestro apartamento y no pensaban irse sin la película», prosigue Penotti. El trato estipulaba que, en el improbable caso de que *En la habitación* recaudara más de diez millones, Miramax tenía que pagarle a GreeneStreet cuando tocara determinados umbrales, como quince, veinte o veinticinco millones.

En lo que respecta a Miramax, era dinero que no valía nada porque nadie esperaba que le fuera tan bien.

Entretanto, Robert Redford estaba ocupado tratando de apuntalar su imperio, que se desmoronaba después de que fracasara el trato con Vulcan Ventures. Según una fuente, Redford le había dicho al personal de Sundance Productions que se quedara al margen mientras él se ocupaba de la hemorragia de dinero en los multicines. Y lo hicieron, esperando, en suspendida animación, que algo ocurriera, mientas la estrella negociaba con el ejecutivo Jeff Kleeman para ampliar sus responsabilidades al tiempo que planeaba despedir a todos los empleados de sus otras empresas, Wildwood y South Fork. Luego desapareció, como había hecho tantas veces antes, y dejó de atender el teléfono.

Entretanto, General Cinema, como todas las demás cadenas de salas, se había excedido edificando. En el invierno del 2001 se declaró en quiebra e hizo zozobrar otro buque más de la flota de Sundance. Dos complejos de salas, uno en Filadelfia y el otro en Portland, Oregón, estaban a medio construir. Según un ex ejecutivo de Sundance que conocía la historia, el proyecto de los cines había tenido una gestión tan desastrosa que, aunque General Cinema no hubiese quebrado, habría habido muchos problemas. «Desde el punto de vista económico, los cines dejaron de ser controlables», dice una fuente de Sundance.

Hacia finales de marzo, pocas semanas después de que los cines se fueran a pique, Redford aceptó lo inevitable y cerró Sundance Productions, que tenía apenas un año, y despidió a los empleados, Kleeman incluido, libres ahora para sumarse al personal de las salas en la cola de la oficina de desempleo. Posteriormente, Kleeman fue a juicio a recoger el saldo de lo que afirmaba que le debían por su contrato de varios años.

Redford celebró el vigésimo aniversario de Sundance despidiendo a otros empleados clave. A Liz Manne, que había salvado al canal de su extinción definitiva aumentando la base de suscriptores de tres a diez millones en tres años y medio, la despidieron en 2001. Redford también echó a Lois Smith, su publicista, que trabajaba con él desde los años sesenta, y cesó a la jefa del catálogo, Patricia Warren, a la

que todo el mundo le reconocía el mérito de haber articulado un cambio radical.

Trabajar con Redford era tan difícil y decepcionante que un empleado joven e idealista, después de un año o dos en Sundance, abandonó su sueño de dedicarse al cine. «A Bob se lo considera uno de los buenos, pero no lo era tanto», dice. «Por eso imaginé que probablemente todo iría a peor.» Barbara Maltby, ex productora, que trabajó intermitentemente para Redford durante veinte años, explica así la amargura: «Cuando Bob es bueno, es muy bueno. Tiene una auténtica visión y ciertamente ha sido muy útil ayudando a la gente de esta profesión. Es muy, muy inteligente, tiene buenas intenciones y, lo que es aún más raro en esta industria, sabe escuchar. Pero, fatalmente, también tiene muchísimo encanto y vive en el presente. Cuando fija su mirada en ti, te sientes como si hubieras ganado la medalla de oro. Pero cuando deja de mirarte, considérate olvidado porque ya ha pasado al siguiente. Es muy difícil no tomarse algo así personalmente, y a veces es personal. No has estado a la altura de sus expectativas. Pero no sólo le has fallado a él; también te has fallado a ti mismo, porque te has puesto en un brete por tu propio narcisismo, pensando que eras especial, más especial que los cientos de personas que llegaron antes que tú. Es un doble sentido del fracaso. Redford se parece mucho a Clinton.»

La temporada de los Oscar siempre había sido estresante en Miramax, con el reducido departamento de márketing trabajando veinticuatro horas bajo el látigo de Weinstein. El propio Harvey estaba superando la decepción que había significado ver cómo George W. Bush les robaba las presidenciales a sus amigos y aliados políticos. Después llegaron los Globos de Oro, que con los años habían ido adquiriendo mayor importancia, pasando de ser una broma a ser el ensayo general de los Oscar. Cuando perdió Binoche y ganó Renée Zellweger *(Persiguiendo a Betty)* en la ceremonia celebrada el 21 de enero del 2001, después de que *Chocolat*

perdiera y el Globo de Oro fuese para *Casi famosos*, Harvey se derrumbó en público. Reunió a sus tropas de prensa en el vestíbulo del Beverly Hills Hilton, arremetió contra ellos y para ensañarse eligió a Marcy Granata, su favorita.

Febrero fue pasando y *O* seguía en las estanterías de Miramax. Ahora que habían pasado las elecciones, Tim Blake Nelson supuso que Miramax finalmente la estrenaría. Se reunió con los Weinstein en los despachos de Tribeca. Según él, Harvey dijo: «No creo que estrenarla nos beneficie ni que beneficie a la película. Nos gustaría que la estrenara otra compañía.»

Nelson les dijo: «No estáis hablando con la persona indicada. Hablad con Eric Gitter, mi productor, sobre las condiciones del contrato. De todos modos, tengo que advertiros de que Gitter se toma los contratos muy en serio.» En ese momento, Harvey, que debería haber estado de razonable buen humor –*Chocolat* había vuelto a entrar en escena y obtuvo, aunque parezca increíble, cinco nominaciones al Oscar–, se puso furioso. Según Nelson, se puso a gritar, refiriéndose a Gitter: «Voy a colgarlo, voy a matarlo, lo juro. Gitter no quiere ser mi enemigo, pero lo será si me obliga a cumplir ese contrato. Pienso arruinarlo.»

Vestido con camisa abotonada y tirantes, Harvey se reunió con Gitter a principios de marzo en el elegante Hotel Peninsula, en Little Santa Monica, Beverly Hills. Dice Nelson: «Fue otra de las famosas reuniones de Harvey. Muy desagradable. Dice Eric que rompió algunos vasos y que soltó amenazas obscenas.» Lo que ocurrió exactamente en esa habitación está oculto por un pacto de confidencialidad, pero Gitter sugiere que Weinstein volcó muebles y dice que, si bien éste nunca le puso una mano encima, estuvo casi a punto, pues «pude oler qué había almorzado. No era muy tentador». El productor dice que Harvey le dijo que «había cambiado su agenda expresamente a consecuencia de su trabajo en la campaña demócrata». La respuesta de Gitter fue: «Cumple el contrato. Mil salas y diez millones para copias y publicidad, o nos veremos en los tribunales.»

Fiel a su palabra, el 19 de marzo Eric Gitter ya había presentado una demanda, que enmendó el 17 de abril del 2001, solicitando

17.850.000 dólares: diez millones en concepto de indemnización y 7,85 en concepto de multa como castigo ejemplar. Según el *New York Observer*, la demanda aducía que, a menos que el equipo de *O* accediese a traspasar la película a Lion's Gate, los Weinstein «se ocuparían de que la película se estrenase en mil salas mal ubicadas, en momentos poco indicados y ningún apoyo publicitario», y que Harvey amenazaba con «invertir el dinero destinado a copias y publicidad de manera inadecuada y que enterraría la película con sus declaraciones a la prensa». Se citaba a Gitter afirmando que Harvey amenazaba que «él y su hermano se ocuparían personalmente de que "nadie en Hollywood" hiciera negocios en el futuro con el señor Gitter». Miramax llegó con los demandantes a una conciliación extrajudicial por una cantidad que no fue revelada. Lion's Gate estrenó *O* el 31 de agosto del 2001, casi dos años después de la fecha inicialmente prevista. La película, naturalmente, fue un fracaso.

Pocas semanas después del encuentro de Harvey con Gitter se entregaron los premios de la Academia del 2000. Miramax, que tenía diez nominaciones, no obtuvo ni un solo Oscar. Por segundo año consecutivo, DreamWorks recogió la estatuilla a la mejor película –esta vez para *Gladiator*–. *Traffic*, con cinco nominaciones –una a la mejor película–, ganó cuatro, incluido el Oscar al mejor director (Steven Soderbergh).

Entre los proyectos que Soderbergh y Clooney lanzaron figuran *Confesiones de una mente peligrosa* (de Clooney, en Miramax); *Insomnio* (de Christopher Nolan, en Universal); *Welcome to Collingwood*, de los hermanos Russo, y *In God's Hands*, de Kerrigan. Soderbergh también había llamado a Todd Haynes, que se había mudado de Nueva York a Portland, Oregón. Haynes, que llevaba cuatro años sin hacer una película desde *Velvet Goldmine*, tenía ahora un proyecto llamado *Lejos del cielo*, un homenaje a Douglas Sirk, acerca de un ama de casa de un barrio residencial cuya vida cambia radicalmente cuando descubre que su marido es homosexual y ella inicia una relación con su jardinero, que, por casualidad, es negro. Una cosa llevó a la otra, y los dos directores se encontraron para tomar unas copas en Los Ángeles. Soderbergh le dijo a Haynes:

«Estoy en condiciones de ponerles las cosas más fáciles a las personas cuyo trabajo, a mi entender, vale la pena. Te soy sincero, estoy dispuesto a ayudarte a sacar adelante tu proyecto.» Soderbergh aceptó ser el productor ejecutivo de Haynes.

En junio, Harvey tuvo que ofertar para competir con el ex tercer Weinstein por la nueva película de Haynes, ahora con un presupuesto de doce millones y pico, Christine Vachon como productora y Julianne Moore como protagonista. Greenstein nunca dio a entender que sabía quién era Haynes ni que había visto alguna de sus películas. Dice Haynes: «Se basó exclusivamente en la palabra de Soderbergh, en su instinto creativo.» Vachon sabía lo difícil que podía ser Harvey, pero al menos podía confiar en que sabía quién era Sirk, lo cual no podía decirse de Greenstein. Por otra parte, le resultaba incómodo tener que asegurarle a Haynes que podía protegerlo de Harvey porque, aunque era dura, no estaba segura de poder hacerlo. El propio Haynes se inclinaba por USA y, de hecho, cerró el trato con ellos.

Sin embargo, Harvey quería tener una oportunidad de convencer a Haynes; en ese momento podría haberse deshecho el trato. Lo último que quería el director –todavía resentido por la experiencia con *Velvet Goldmine*– era tener que hablar por teléfono con Harvey. «Hizo sugerencias que acepté, pero luego enterró la película», dice Haynes. «Incluso después, cuando sacaron un DVD, no pidieron el comentario del director y mi nombre no apareció en la funda. Ni siquiera es capaz de hacer las pequeñeces que no cuestan nada; nunca da muestras de respeto.» Pero Vachon dijo: «Mira. Harvey sabe que has tomado la decisión de cerrar el trato con Scott en USA; sólo quiere hablar contigo.» Por pura cortesía, Haynes finalmente aceptó. Recuerda ahora: «Yo estaba en Portland, en mi hermosa y vieja casa artesanal, rodeado de frutales y flores y verduras, y acababa de pasarme la noche con mi amigo, dándonos el lote en el jardín trasero; de repente, suena el teléfono y oigo la voz de Harvey, que estaba en Capri. Me gritaba y me insultaba como nadie lo había hecho en la vida. Fue brutal.»

Haynes comenzó a soltar algo que parecía un discurso ensayado, diciendo: «Mira, Harvey, sólo quiero darte las gracias por tu interés,

pero no creas que soy tan ingenuo para pensar que no sois unos actores imprescindibles en el mundo en que todos trabajamos y que en el futuro habrá oportunidades que espero explorar contigo. Con esta película me gustaría tener una experiencia distinta.» Si Haynes pensaba que Harvey iba a darle una palmadita en la espalda y desearle suerte, se equivocaba.

«¡¿QUÉ ESTÁS DICIENDO?! ¡¿QUE YA HAS TOMADO UNA DECISIÓN?! Gilipollas, ni siquiera me has dado la oportunidad de hablar contigo.» Con el corazón por los suelos, Haynes se dio cuenta de que en algún momento se había producido un malentendido. Weinstein parecía no saber que ya se había decidido por USA. Harvey gruñó: «He hablado con Christine y Julianne y las dos quieren cerrar el trato con Miramax.»

«Harvey, si eso es cierto, es el resultado de tus amenazas. La gente no te dice lo que realmente piensa. Eres una persona muy poderosa.» Luego, Haynes aprovechó la ocasión para manifestar los sentimientos que llevaba años reprimiendo y terminó diciéndole: «No me hicieron caso cuando hice *Velvet Goldmine*. ¿Por qué van a hacerme caso esta vez?»

«No es culpa mía que *Velvet Goldmine* no haya hecho dinero», gritó Harvey. «Me gasté dos millones en esa película y no recuperamos una mierda. Cabrón, eres un consentido, te crees tal genio que no se te puede decir nada. ¡Pedante, divo!» Según Haynes, Weinstein lo amenazó con pagar diez millones para impedir que Moore, que en esos días protagonizaba *Atando cabos*, consiguiera una nominación al Oscar por *Lejos del cielo*. Meryl Poster, vicepresidenta de Miramax, que había escuchado toda la conversación, le dijo a Harvey: «Bueno, Harvey, acabas de perder a otro director de la escudería Miramax.» Harvey repuso: «A los directores les hace bien que les hablen así. ¿Sabes cuál es el problema, Meryl? ¡Eres demasiado blanda!»

Más tarde, Haynes llamó a Soderbergh y le dijo: «Tío, Harvey me ha soltado una diatriba impresionante por teléfono.»

«Ya recibirás la cesta con quesos y pepinillos.»

Dice Haynes: «No recibí nada, ni siquiera un fax disculpándose. Volvió a llamarme un par de días más tarde pero no me puse al

teléfono. Después me pregunté si debería haber colgado en lugar de aguantarle todo el rollo. ¿Por qué someterme a eso? No necesito que nadie me hable así por ninguna razón del mundo. Me sentí como si hubiera tenido un accidente de coche. Totalmente exhausto y físicamente afectado. Me desinflé.»

Que *Lejos del cielo* fuese a parar a manos de Greenstein era de por sí algo bastante malo, pero Harvey se enfrentaba a dificultades adondequiera que mirase. La revista *Talk* se hundía; *Todos los caballos bellos* le hizo perder más dinero y prestigio; *Así es el amor,* una comedia de adolescentes protagonizada por Kirsten Dunst fue un fracaso; *Malena* no había recaudado nada y *Chocolat* fracasó en los Oscar. Durante el contratiempo de *O*, los directores tuvieron la impresión de que Bob Weinstein ya no estaba contento con la situación que atravesaban. Bob quería que Dimension distribuyese la película, pues pensaba que podía ganar dinero, mientras que Harvey, que no tenía en ella ningún interés personal, antepuso al estreno sus conexiones políticas. De momento, la división del trabajo entre los hermanos –Harvey ganaba los Oscar, Bob ganaba el dinero– parecía satisfacer a ambos. Pero Harvey ya no ganaba estatuillas, y estaba claro que tampoco ganaba mucho dinero. Por otra parte, el ascenso de Dimension había sido tan espectacular, que era imposible que no afectase a la relación entre los hermanos. La contribución de Dimension al balance final de Miramax subió de un veinticinco por ciento en 1992 a casi el setenta y cinco por ciento en el 2000, cuando consiguió trescientos treinta y nueve millones con ocho películas, es decir, una asombrosa media de 42,4 millones por película, contra los relativamente míseros ciento treinta y siete millones que Harvey había conseguido recaudar con veintiuna (una recaudación media de 6,5 millones por película). Gracias al éxito de *Scary Movie* y *Scream 3*, por primera vez Bob figuró por encima de Harvey en la lista anual de poderosos confeccionada por *Entertainment Weekly*, en la que él ocupó el octavo puesto y su hermano el vigésimo primero. Los empleados advirtieron que Bob le plantaba cara a Harvey cada vez más. En el pasado, los hermanos habían compartido el personal de márketing y prensa, pero de pronto Bob insistió en tener sus propios empleados.

En Miramax no faltó quien pensara que la relación entre los hermanos había alcanzado un mínimo histórico. Dice un empleado: «Se pasaron un tiempo sin hablarse. Era una situación muy tensa y desagradable.» Harvey arrinconaba a Bob, le decía cosas como: «Miramax nunca te ha importado un carajo, nunca ves ninguna de mis películas. ¿Irás a la proyección de prueba de *Todos los caballos bellos?*» Bob le contestó: «No, voy a ver el partido de los Nicks.» Pero cogió una cinta y la vio en casa. La mañana siguiente le dijo a Harvey: «No me ha gustado nada.» A Bob le exasperaba que Harvey intentara competir con él con comedias como *Así es el amor*. «Y Harvey se moría de ganas de cagarse en Bob cuando éste aparecía con algo como *Dracula 2000* o *Highlander-Endgame*», dice un empleado. «Cuando *Scary Movie* recaudó millones, Harvey empezó a odiar esa película. Lo destrozaba el hecho de que pasara tanto tiempo sin un gran éxito.» Los Weinstein se habían hecho con un vehículo para Nicole Kidman, *Los otros*, y Harvey estaba muy interesado en la relación con Tom Cruise, cuya compañía, Cruise/Wagner, sería la productora de la película. Ahora, con Kidman, Cruise avanzaba a pasos agigantados, sobre todo dado que Paltrow, propensa a oscuros momentos anti-Miramax, parecía ser el caballo equivocado.

Al final, la película fue para Dimension, pero esta decisión envenenó el agua aún más. Según Kevin Smith, que en cierto modo es un miramaxólogo: «Harvey se mosqueó porque Bob tenía una película que no era para Dimension, sino, a todas luces, para Miramax, y porque pensaba que Bob no tenía ni puñetera idea de lo que iba a hacer con *Los otros*. Harvey intervino y le quitó a Bob la campaña de márketing.»

Harvey, consciente de que el público babeaba con el divorcio Cruise-Kidman, orquestó un golpe maestro publicitario: consiguió que los dos aparecieran juntos, por primera vez desde que se anunciara el divorcio, en el estreno de *Los otros,* dando lugar a un frenesí de los medios de comunicación. *Los otros* se estrenó el 10 de agosto con una jugosa recaudación de catorce millones el primer fin de semana, y terminó recaudando 96,5 millones. Fue otro de los inexplicables milagros del márketing de Miramax. Prosigue Smith:

«Si Harvey no hubiera intervenido, esa película habría recaudado unos discretos cuarenta millones y habría desaparecido. Pero dio lugar a una violenta fricción entre los hermanos. [En público] Bob dijo: "Harvey intervino y nos salvó." Pero se dice que Bob se cabreó cuando Harvey se hizo cargo de la película. Pasaron semanas sin dirigirse la palabra. Animosidad, murmullos, amenazas veladas de dividir la empresa, se rumoreaba que Bob quería montárselo por su cuenta. Creo que con *Los otros* estuvieron más cerca que nunca de la separación.» Dividir Miramax era algo casi inconcebible, pero Bob, responsable de la mayor parte de los beneficios de la empresa, también compartía su bonificación, basada en el rendimiento, al cincuenta por ciento, y estaba perdiendo millones.

Desde 1991, año en que Miramax se instaló en el 375 de Greenwich, los despachos de Bob y Harvey habían estado pegados uno al otro en la tercera planta. De repente decidieron hacer reformas; durante las obras, en agosto y septiembre del 2000, los hermanos se mudaron al cuarto piso. Los empleados, acostumbrados a leer las hojas de té de Miramax, pensaron que era significativo que, cuando terminaron las reformas, Harvey volviera al tercero, a su flamante despacho, y Bob, que quería un despacho en una esquina, como Harvey, se quedara en el cuarto.

Al comenzar el otoño del 2001, Miramax parecía a punto de disfrutar de una buena racha. De hecho, el único problema parecía ser el tener de sobra para elegir. Los Weinstein seguían utilizando una versión modificada de su estrategia de tirar y ver qué pasa, bombardeando por saturación cientos de salas con aspirantes al Oscar en la temporada de vacaciones, la mayor parte de ellos agrupados en la semana entre Navidad y Año Nuevo. *Amélie*, un delicado merengue francés batido por Jean-Pierre Jeunet *(Delicatessen)* y protagonizado por una actriz de ojos enormes y parecida a Audrey Hepburn llamada Audrey Tautou, con nubes convertidas digitalmente en conejos, parecía estar lista para

convertirse en el *Chocolat* del año; como mínimo, era la candidata segura al Oscar a la mejor película extranjera. *Iris*, la biografía de Iris Murdoch que Harvey produjo con Scott Rudin, protagonizada por Kate Winslet y Judi Dench, era candidata segura a la nominación a la mejor actriz. *Piñero*, con la elogiada interpretación de Benjamin Bratt, era otra candidata al Oscar al mejor actor. Casi olvidada en esta aglomeración estaba la compra del año de Miramax, *En la habitación*, que podía muy bien ser un éxito para Sissy Spacek. Y si la suerte se decidía a sonreír a los Weinstein, Spacek podía combatir contra Nicole Kidman, que también podía aspirar a una estatuilla por *Los otros*. El gorila de quinientos kilos era, por supuesto, la esperada *Gangs of New York*, que tenía la palabra Oscar estampada en la frente, sobre todo si pensamos que Martin Scorsese, que tendría que haber ganado uno con *Toro Salvaje*, si no por *Uno de los nuestros*, nunca había recibido el galardón. Y, si por algún motivo *Gangs of New York* fallaba, Miramax tenía otra candidata en *Atando cabos*, confiada a las expertas manos del director de la casa, Lasse Hallström. Miramax no podía perder.

El estreno de *Gangs of New York* se había fijado inicialmente para el 21 de diciembre del 2001, pero, con su violencia y sus brutales tumultos de signo antigubernamental, se consideró no apta para después del 11 de septiembre. Además, el meticuloso Scorsese seguía montando y volviendo a montar y la película aún no estaba lista. Más que tratar de forzar el estreno, como había hecho Paramount en 1990 con el desafortunado *El padrino III,* Weinstein, muy prudente, lo aplazó, primero al 12 de julio del 2002 y luego al 25 de diciembre.

Sin embargo, lo que a finales del verano parecía una Januká* a lo Weinstein, en otoño ya se parecía más a una *Pesadilla antes de Navidad*. Sin mástil, la carpa estaba a punto de venirse abajo, dejando patas arriba, al caer, la agenda de Miramax para ese otoño, sobre todo cuando *Atando cabos* no obtuvo las calificaciones esperadas en las dos primeras casillas. A Harvey le entró el pánico.

Amélie, estrenada el 12 de noviembre con una mayoría de críticas favorables, estaba recaudando jugosas sumas, y *En la habitación*,

estrenada el 23 de noviembre con críticas aún mejores, también daba señales de vida. Sin embargo, estas películas eran poca cosa para tapar el agujero dejado por *Gangs of New York*. Tratando de encontrar un sustituto más apropiado, Harvey se fijó en *Kate & Leopold*, de James Mangold y Cathy Konrad, programada para el día de San Valentín del 2002. Con unas sólidas calificaciones que rozaban los noventa puntos, *Kate & Leopold* parecía un éxito comparable al de *Algo para recordar*, con Tom Hanks y Meg Ryan. Cuando se organizó en Tribeca la proyección para los Weinstein, «Harvey lloró», recuerda Cathy Konrad. «Dijo que no había visto una película como la nuestra desde... y evocó a los grandes maestros, Sturges y Capra. A Jim le dijo que era un genio de los mil demonios. Bob, más contenido en lo emocional, sacó a Jim de la sala y dijo: "Si esta película no recauda cien millones, es que somos unos imbéciles."»

Después de que la película recibiera en ShowEast los elogios de unos exhibidores endurecidos, los Weinstein la sacaron de su seguro puerto para soltarla en medio del tráfico de vacaciones, asignándole el viernes 21 de diciembre. Sin embargo, *Kate & Leopold* nunca satisfizo las expectativas de los Weinstein, y su destino fue consecuencia de las debilidades de Miramax, que aceleraba en la curva entre el viejo siglo y el nuevo, no siendo ya un pequeño pero potente motor, sino el Acela Express, demasiado largo, potente y veloz para las viejas vías de madera por las que circulaba.

Cuando Mangold y Konrad se quejaron de la campaña de márketing, que parecía indicar que su película estaba destinada sólo a las mujeres, no pudieron encontrar a Harvey en ninguna parte. Dice Konrad: «Gritamos y nos desgañitamos y exigimos saber dónde estaba Harvey. Haciendo sonar el gong, decíamos: "¿Dónde está ese tipo que antes se desvivía por el márketing, el hombre del que se espera que convierta la sopa de cebolla en lingotes de oro? ¿Dónde demonios está Harvey?"» Harvey estaba metido hasta el cuello en *Gangs of New York*.

Hay que tener cuidado con los deseos. Después de adelantar la fecha de estreno de *Kate & Leopold*, Harvey volvió a lanzarse en paracaídas sobre la vida de Mangold y Konrad. Dice Konrad:

«Entonces empezó el infierno. Recibo cientos de llamadas de directores que me preguntan cómo hay que tratar con Miramax. Siempre les digo: "En algún momento te van a dar por culo pero, cuando lo hagan, será la mayor sorpresa de tu vida. Te preguntarás cómo es posible que no lo hayas visto venir."» Ahora les tocó a ellos. La pareja ya había tenido su viajecito pagado con la prensa, y las revistas habían publicado las críticas. Según Weinstein, ya se habían realizado mil copias.

La película se había estrenado en Nueva York el día del cumpleaños de Mangold, el domingo 16 de diciembre; al día siguiente, cuatro días antes del estreno oficial, Mangold y Konrad fueron al despacho de Harvey creyendo que participarían en una reunión de márketing.

Harvey los condujo por el breve pasillo que lleva a la sala de reuniones y les dijo: «Pasad, quiero presentaros a unas personas.» Había unas quince personas apretujadas en la sala. Recuerda Konrad: «Me puse a temblar. Sabía que estaba a punto de pasar algo realmente horrible. Siempre estoy preparada para lo peor, eso es lo que me ha enseñado esta profesión, pero nada podía haberme preparado para lo que pasó en esa reunión.»

Harvey tenía con la película un problema sin resolver que los directores desconocían. Algunos de los críticos habían señalado que los saltos en el tiempo y el enmarañado árbol genealógico de los personajes hacían surgir una relación incestuosa entre dos de ellos. Y, lo que es peor, en los dos preestrenos las calificaciones habían rondado los setenta puntos; no era una nota demasiado mala, pero tampoco lo bastante buena para soportar la presión de las vacaciones de invierno. *Harry Potter* no había perdido fuerza, *Ocean's 11* seguía en cartel y también, para sorpresa de todos, *Vanilla Sky.* Harvey dijo: «Estamos hundidos en la mierda. Subestimamos a la competencia.» Dirigiéndose a una de sus ejecutivos/recaderos, dijo: «Dadme las cifras de *El señor de los anillos*. Esto está creciendo, nunca he visto nada parecido.» Konrad pensó: Uy, nosotros estrenamos dentro de cuatro días. ¿Ahora quieres las cifras? ¿No llevamos dos años deslomándonos? ¿O es que no has hecho los deberes? «Reconozco que no lo sabía»,

prosiguió Harvey. «Las primeras proyecciones de *El señor de los anillos...* la gente decía que había problemas, pero ya veis... He atrasado la fecha de estreno de *Kate & Leopold*, estrenamos el día de Navidad. ¡Y tenéis que cortar cuatro minutos!» Konrad se quedó de una pieza, pensando: ¡Y esto después de dos preestrenos! Estamos acabados, estamos atrapados, es el fin. No tenemos salas de montaje ni Avid. Nuestro montador está ayudando a Adrian Lyne a terminar *Infiel*. ¡Estamos a punto de estrenar! Ya han hecho las copias. Konrad levantó la vista y reconoció, en la otra punta de la mesa, «a Manostijeras con su casete», refiriéndose a Scott Martin, veterano de posproducción. Sabía lo que eso significaba. *Kate & Leopold* pasaría por el cuchillo.

Recuerda Mangold: «Me enseñaron un montaje paralelo en el que habían hecho unos cortes horrendos, devastadores. Se habían cargado una escena sin la cual la película no tenía lógica. La masacraron, literalmente.» Por irónico que parezca, el corte principal era una secuencia autorreferencial y personal en la que el director manifiesta su desprecio por las proyecciones de prueba. Mangold se sintió acorralado. «Es muy duro, incluso para una estrella, decirle "nunca" a la cara a alguien tan influyente como Harvey, un hombre con tanto control», dice Mangold. «No tenía más remedio que tomar la decisión de Sophie. La única manera de salir de la situación en la que me puso era darle cuatro minutos que eran *mis* cuatro minutos, no los cuatro minutos que eran suyos.»

A esas alturas ya se habían filtrado a la prensa noticias de los cambios de última hora. En las revistas especializadas se citaron palabras textuales de Mangold, que había dicho que eran idea suya. El director estaba en otro aprieto. «Sentí que estaban haciéndome quedar como un perfecto idiota», dice Mangold. «Pero también que, si hubiera hecho alguna declaración pública, si hubiera dicho que me habían obligado a tragarme esos cambios, lo que conseguiría sería estropear mi película tres días ante del estreno. Se convertiría en una enorme historia y terminaría destrozada. No se puede hacer eso. Yo lloraba.» Si *Kate & Leopold* necesitaba de verdad algún corte, deberían haberlo hecho mucho antes. Cortar cuatro minutos tres días antes del estreno no tenía otro propósito que añadir a

Mangold y Konrad a la creciente lista de ex directores de Miramax. Incluso algunos manos duras de Miramax quedaron impresionados. Exclama Kevin Smith: «Te sientas y te preguntas: *Kate & Leopold*, ¿cómo ha ocurrido esto?»

Kate & Leopold se estrenó el 25 de diciembre compitiendo con *Ali* y varias otras. La masacraron. *Ali* recaudó 14,7 millones el primer fin de semana; *Kate & Leopold*, sólo 9,7 millones.

¿Cuál es la moraleja de esta historia? Si hemos de creer lo que afirman el director y la productora, la película fue víctima del desinterés de Harvey, de un sobrecargado departamento de márketing y de la mala gestión de la empresa. Perjudicada por una cultura del caos basada en el culto a la personalidad, Miramax ya no era la desenvuelta adolescente cuyo rápido crecimiento, financiado por Disney, permitía hacer temblar a la competencia. Miramax se había convertido en una empresa madura con quinientos empleados que ocupaba tres edificios de Tribeca, demasiado grandes para llevarlos como si fueran una tienda familiar, sobre todo si mamá y papá estaban ocupados en otra cosa. Ninguno de los altos ejecutivos, los llamados vicepresidentes, estaba facultado para tomar decisiones, y tampoco querían tomarlas. En Miramax se premiaba la lealtad, no la iniciativa.

Sin embargo, *Kate & Leopold* era un indicio de un problema más serio: el fracaso de las tentativas de Harvey por elevarse al siguiente nivel, de ir contra los estudios. «*Kate & Leopold* es de esas películas que debería haber hecho una gran productora», dice Rudin. «Miramax se dedica ahora a hacer sucedáneos de películas de estudio, y en eso nunca ha destacado. Se gastan en márketing la mitad de lo que gastan las grandes productoras. Si vas a estrenar una película en dos mil quinientas salas, tienes que gastar con espíritu competitivo. No se puede estrenar como si sólo fuera a estrenarse en ochocientas.» Añade un ex ejecutivo de Miramax: «El problema es que Harvey piensa que él gasta más dinero en las estrellas y que eso es suficiente, pero olvida que todavía le falta comercializar la película. Regatea cuando estrena en cientos de salas, trata de ahorrarse los cinco o seis millones que podrían marcar la diferencia entre llegar a la masa crítica o no. Es cierto que Harvey

tenía fama de gastar mucho dinero en el mundo independiente, pero en el negocio de los estudios el nivel de gasto es sencillamente otra estratosfera. Él no se siente cómodo haciendo eso.»

Konrad está resentida: «Así pues, se estrena tu película, patina, son vacaciones y Harvey ni siquiera te llama. Hoy te ama y mañana te pisotea y vuelves a ser una mierda. Lo que no me gusta de Miramax es que profesa cierta lealtad a los directores, que te suelta el rollo de la familia, pero a la familia no se la trata así. La familia no está sólo para cuando las cosas van bien, sino precisamente para cuando van mal. Al talento no le permiten ladrar. Sólo tienes que suplicar. Nunca he vuelto a hablarles, no puedo hacerlo porque en esta ciudad no te hace bien recordarle a la gente en qué fallaron. Todo el mundo se limita a mirarte y a decir: "Vamos, rehazte. Son gajes del oficio."»

14. DIOSES Y MONSTRUOS
2001-2002

• ***De cómo James Schamus y David Linde se hicieron cargo de Focus y salvaron a Christine Vachon y Todd Haynes de las garras de USA, mientras Miramax goleaba con* Chicago *pero humillaba a Martin Scorsese.***

Harvey es un hombre profundamente enamorado de las artes. Es una de esas personas que piensa que ayudar a los artistas es una manera de hacer realidad sus sueños, piensa que así él se vuelve parte de ese arte, lo cual, en cierto modo, es verdad. *Heaven, Gangs, Cold Mountain* son películas que no existirían sin él. Él sueña el sueño del director de cine, pero ese sueño nunca será suyo; siempre será el sueño del director. Y ésa es la tragedia de Harvey.

TOM TYKWER

La campaña de los Oscar del 2001 demostró la agilidad con la cual Miramax podía cambiar sus bazas de márketing de una casilla a la otra. *Kate & Lepold* y *Atando cabos* se percibieron como sendos fracasos, animales muertos atropellados en el arcén de la carretera Miramax. Sin embargo, *En la habitación*, de Todd Field, empezaba a parecer el Hummer del año o, más bien, el Volvo. «A él le importábamos una mierda», recuerda Fisher Stevens, socio de

GreeneStreet. Luego, «en cuanto vio que *Atando cabos* no iba a funcionar, lo apostó todo a nuestra película». Cuando Miramax compró *En la habitación*, era obvio que adquiría un producto terminado, pero, como la mitad de las veces, en manos de los Weinstein una película terminada se convirtió en un *work-in-progress*. «Cuando nos fuimos con Miramax lo que hicimos fue cerrar un trato con una empresa que tenía la cultura corporativa de dejar las películas hechas jirones y de no permitir que nadie se interpusiera en su camino», dice Ted Hope, que produjo *En la habitación* para Good Machine. «A mí me daba terror. Le pedí a Todd Field que se sentara y le dije: "¿Te das cuenta de lo que esto significa? Van a volver a montar tu película, van a luchar con uñas y dientes por dejarla como ellos creen que tiene que ser."»

En efecto, Harvey quería quitarle treinta minutos. Pese a lo que le habían dicho al copresidente de Miramax, Field se negó, tras lo cual Harvey orquestó una campaña muy retorcida para presionar al director, utilizando a Martin Scorsese para coaccionarlo. Scorsese vio *En la habitación* con Thelma Schoonmaker, su montadora; según Harvey, le dijo: «"¿Te has vuelto loco? Corta veinte minutos de esta película." Los dos dijeron que la tercera parte no acababa nunca.» Con todo, Field siguió oponiendo resistencia. Luego Harvey despareció sin más, como había hecho con Mangold y Konrad, de *Kate & Leopold*. Durante varios meses de inútil regateo con los ejecutivos de Miramax, «veías que Todd se iba gastando», dice Hope. «Se volvía loco viendo que no podía dejar terminada la película.»

Finalmente, a Field y a Hope les concedieron audiencia con el Gran Hombre. Weinstein los hizo sentar en una sala con dos consolas y dos monitores –su montaje y el montaje del director– y los animó a que le dijeran qué les gustaba y qué no les gustaba de cada versión, pero insistió: «Cuando termine esta conversación, se hará lo que yo diga.» Cuando dieron por concluida la sesión, y para mayor asombro del director y del productor, Harvey los dejó ir con la película prácticamente intacta: sólo cinco minutos de cortes. «Ganamos», dice Hope. «Pero tardamos nueve meses para conseguir una reunión que podría haberse celebrado a las seis

semanas de venderles la película. A Todd le salió una úlcera. No creo que mucha gente hubiese aguantado tanto.»

Lo que Field y Hope no sabían era que *En la habitación* se había convertido en objeto de un tira y afloja entre dos facciones opuestas de Miramax. Una de ellas presionaba a favor de los cortes; la otra, sensible a la mala prensa a la que el año anterior había dado lugar James Gray cuando puso en ridículo a Miramax por el trato brutal que le había reservado a *La otra cara del crimen (The Yards)*, estaba a favor de no tocarla. «A todo el mundo le había sentado muy mal lo que ocurrió con James Gray», dice una fuente de Miramax. «James tuvo su película, pero el proceso fue sangriento, y la vergüenza pública por la que tuvo que pasar la empresa no tuvo ningún sentido.» El argumento en contra de los cortes era: «Eres Harvey Manostijeras, ya te has cargado una película. ¿Piensas cargarte otra? Ahora mismo tu problema es que estás cayendo cuesta abajo por la montaña de la crítica; esos mismos críticos que tanto te adoraban empiezan a pensar que de verdad eres muy jodido. Tienes que recuperar algo de tu integridad. No te metas con una película que ya han visto en Sundance, y con buenos ojos.» *En la habitación* era una película sin ambiciones en la que Harvey no había depositado ninguna esperanza; por eso dejó que Field se marchase tranquilo.

Miramax estaba encantada con las recaudaciones de *En la habitación*, pero detestaba esos porcentajes de taquilla que, por contrato, tenía que pagarle a GreeneStreet. Al darse cuenta de que ese contrato no beneficiaba a la empresa, la gente de Harvey comenzó a presionar a Penotti y a Stevens para que renegociaran el acuerdo original.

Piñero, también producida por GreeneStreet, era en esos momentos motivo de animosidad. «Vivimos otra experiencia tremenda», dice Stevens. «Querían que Leon Ichaso, un director que ha hecho muchísimas películas, hiciera tal o cual cosa, hasta que al final Leon dijo: "¡A la mierda! ¡Estoy harto!" Lo amenazaron con enterrar la película y eso fue básicamente lo que hicieron. Las cosas empeoraron cuando Ben Bratt no consiguió la nominación para el Globo de Oro. Hacen cosas a tus espaldas; decían, por ejemplo, "Creo que no vamos a enviar *Piñero* a ningún festival", cuando en

realidad ya la habían retirado de todos los festivales.» Stevens no sabía si tenía o no ganas de volver a trabajar con Miramax. «No me lo pensaría dos veces si tuviera que volver a hacer una película con ellos», dice. «Pero cogería con pinzas todo lo que me dijeran. Nos han jodido tanto, que nos hemos vuelto totalmente escépticos. Estamos muy resentidos. Es cierto que Harvey muchas veces tiene razón, pero es su manera de hacer las cosas lo realmente desagradable. Lo peor fue intentar que les devolviéramos un dinero que era nuestro. Éramos una empresa modesta con serios problemas de supervivencia, nos estábamos desangrando. Personalmente John y yo no ganábamos nada, ni siquiera cobramos nuestros honorarios. ¿Ted Hope? ¿Todd Field? ¡Ni una mierda!»

Sin un céntimo, Field estaba ansioso por cerrar un trato en alguna parte. Al terminar Sundance aceptó escribir un guión para una pequeña empresa llamada Catch 23. «Le hice saber a Miramax que me gustaría darle la primera oportunidad de igualar esa oferta y hacer algún acuerdo similar», dice. «Pero no volví a saber nada de ellos. Meses más tarde, tras el éxito de *En la habitación*, Harvey se desesperaba por contratar a Field. Al fin y al cabo, si no podía convencer al director de una peliculita que ya había recaudado más de treinta millones, ¿con quién podía cerrar un trato? Harvey se moría de ganas de anunciarlo la víspera de las nominaciones de los Oscar, el 12 de febrero, pero no pudo ser. Dice Stevens, próximo a Field en esos días: «La relación era endeble. Ciertamente volver a trabajar con ellos no era la primera opción de Todd.» (Field se negó a hacer más comentarios que éste: «Decidí que no. En aquel momento no estaba dispuesto a comprometerme de esa manera con nadie.») Por último, Field firmó con DreamWorks.

Ese año la competencia por las estatuillas de la Academia fue inusitadamente desagradable. Universal se había limitado a observar mientras DreamWorks se abría camino a la fuerza para obtener dos premios seguidos a la mejor película, clonando la estrategia que siempre habían utilizado los Weinstein. A finales de diciembre, cuando llegó el momento de las nominaciones a los Globos de Oro, *Una mente maravillosa*, dirigida por Ron Howard, favorita para el galardón a la mejor película, se convirtió en el blanco de una

campaña difamatoria sin precedentes, en cuanto a su ferocidad, en la historia de los premios de la Academia. El lío empezó cuando un asesor de Miramax llamó la atención de un corresponsal de *L.A. Times* sobre un artículo de Matt Drudge en el que se señalaba que la película había omitido material de la biografía de John Nash, escrita por Sylvia Nasar, en relación con su supuesta homosexualidad. Los amigos de Miramax se pasaron semanas pregonándolo antes de que se dieran a conocer las nominaciones, que ese año fueron para *Una mente maravillosa; Moulin Rouge*, de Fox; *El señor de los anillos*, de New Line; *Gosford Park*, de USA, y *En la habitación.* (Para Miramax, fue la undécima nominación a mejor película en diez años.) Luego, el 5 de marzo, justo después de la votación, Drudge volvió a atacar: «Algunos miembros de la Academia descubren desagradables fragmentos antisemitas en el libro en que se basa la película.» Al enterarse, Brian Grazer, dueño de Imagine, la productora, pensó: Estamos hablando de un hombre que ha padecido esquizofrenia durante cuarenta años y de pronto hay quien quiere sentarlo en una silla de ruedas y lanzarlo a la autopista 405. Es algo totalmente contrario al propósito de la película, que es, concretamente, contribuir a no estigmatizar la inestabilidad mental, a no agravar los problemas de ese hombre. Es imposible defenderse contra esa clase de acusaciones. Estoy perdido, nunca voy a ganar ese premio. Se ha ido todo a la mierda.

En la ceremonia de los Globos de Oro, celebrada el 19 de enero, Sissy Spacek recibió el galardón a la mejor actriz dramática por el papel de madre en la película de Field; Miramax obtuvo dos Globos de Oro más. Sin embargo, considerando que había conseguido quince nominaciones, puede decirse que la empresa de los Weinstein quedó prácticamente eliminada. Lo que es peor, *Una mente maravillosa* se llevó el premio a la mejor película dramática y, lo que es peor aún, la modesta *En tierra de nadie (No Man's Land)* –la absurda comedia negra del bosnio Danis Tanovic sobre el derramamiento de sangre en la antigua Yugoslavia, distribuida por UA Classics, empresa dirigida ahora por Bingham Ray– le quitó a *Amélie* el Globo de Oro a la mejor película extranjera. Chris McGurk había contratado a Ray después de dejar Universal para iniciarse

como director general de operaciones de MGM, empresa matriz de UA. Mientras esperaba el ascensor para subir a la terraza del edificio, donde se celebraba la fiesta de UA, Ray, que raramente podía contener el júbilo, dijo en voz alta: «Le hemos dado una buena patada en el culo al gordo.» Con un guiño en la dirección de los valores de la familia, Bill Higgins, periodista de *Variety*, citó estas palabras de Ray: «Le hemos dado una buena patada en el culo a Miramax.» Pero incluso eso fue demasiado para Harvey, que recortó el artículo, marcó con un círculo rojo las palabras de Ray y se lo envió a McGurk, quien, a su vez, acorraló a Ray y le preguntó: «¿Es verdad que dijiste: "Le hemos dado una buena patada en el culo a Miramax"?»

Ray le respondió con toda solemnidad negando enérgicamente con la cabeza.

«Bueno. Entonces, ¿esta cita es falsa?»

«No. ¡Lo que dije fue mucho peor!»

«¿Qué dijiste?»

«Le hemos dado una buena patada en el culo al gordo.»

Y McGurk se llevó las manos a la cabeza.

De pésimo humor, Harvey se dirigió a CAA después de la fiesta celebrada en el restaurante Muse. Un rato antes se había disculpado ante Stacey Snider, presidenta de Universal Pictures, por la indiscreción de su consultor –«Lo tengo en nómina; si quieres, lo despido», etcétera–, pero de pronto vio que todo el mundo se ponía a entonar el *mea culpa*. Además, acababan de comunicarle que el periodista Nikki Finke, su bestia negra, estaba a punto de publicar en el *New York Post* un artículo en el que acusaba a Miramax de planear y organizar la campaña contra *Una mente maravillosa*. Harvey le echó la culpa a Terry Press, ejecutiva de DreamWorks, a la que aún tenía por responsable de todas las malas críticas de Miramax.

Por suerte para ella, Press no asistió a la fiesta de CAA, pero sí asistió Snider, bajita y delgada, apenas una almohadilla al lado de Harvey. Poniéndole un dedo en la cara como un pájaro carpintero irritado, la abordó en la atestada sala y le dijo: «¡Vas a caer por esto! Será mejor que pongas orden en tu casa. Y limpia tu

expediente. De lo contrario, ya me ocuparé yo.» Weinstein denunció a Press y le advirtió a Snider que, si no se cuidaba, se vería atrapada entre dos fuegos. Snider pensó: Si crees que el culpable es DreamWorks, vete a decírselo a DreamWorks. «Aullaba», recuerda Snider. «Estaba muy enfadado, no había quien le quitara esa idea de la cabeza. Por lo general, uno puede decir: Tranquilicémonos, hablemos, podemos arreglarlo. Pero él no paró.» (Weinstein ha dicho: «Nunca le levanté la voz a Stacey.»)

Dice un ejecutivo: «Fue el segundo estallido en público esa noche. Después de la ceremonia, se fue al vestíbulo del Beverly Hilton a gritarle a su personal porque *Amélie* había perdido. Ese comportamiento de personaje de *Malas calles* está bien cuando se es joven y luchador. Pero cuando se es un pez gordo de cincuenta años, cuando puedes hacer por la ciudad de Nueva York todas las funciones benéficas que quieras, el comportamiento sí importa.» Añade ahora Snider: «Había dos cosas en juego. Miramax había tenido, durante nueve años seguidos, una nominación a la mejor película y eso era algo que le interesaba preservar. Es un objetivo legítimo. Sin embargo, cuando una empresa se pone totalmente al servicio de una personalidad, si se trata de la empresa de Harvey Weinstein y no hay medios para frenar esa personalidad, significa que se puede ir por ahí agrediendo o difamando otras películas.» Poco después Barry Diller le dio a Weinstein una buena azotaina pública. Según *Variety*, Diller «arremetió» contra Weinstein por «amenazas e intimidación».

Al día siguiente, Jeffrey Katzenberg, ejecutivo de DreamWorks, acusó telefónicamente a Weinstein de haberse pasado de la raya. Katzenberg dijo algo así como: «No puedes actuar así. Estás poniendo en peligro mi amistad. Además, tienes que disculparte ante Stacey.» Y añadió: «Y estoy harto de que señales con el dedo a Terry. Le echas la culpa cada vez que llueve.»

«Jeffrey, esa mujer me pone paranoico.»

«Dice que hace seis meses que no habla con Nikki Finke.»

«Miente.»

«Estás hablando de alguien que para mí es como de la familia, así que es mejor que reflexiones antes de llamarla mentirosa.»

La gente cercana a Katzenberg creía que la amistad íntima entre él y Weinstein era una calle de sentido único. Los que rodeaban a Harvey creían lo contrario. En palabras de un ex ejecutivo de Miramax: «Esa relación es, en el ochenta por ciento, sólo Harvey.» Y el propio Harvey dice: «Siento un gran afecto por Jeffrey y nunca olvidaré que fue él quien me trajo a Disney. Creo haber hecho muchas cosas increíblemente buenas para él. Jeffrey es una parte constante e inseparable de mi trabajo. [Pero] son cientos ya los que me han dicho: "Te está jodiendo." Según muchos informes, Jeffrey ha sido falso conmigo. Sin embargo, cuando le planto cara y le pregunto si es verdad, él me dice que no.»

Aparte del incidente con el asesor, la prueba de que Miramax era la fuente de la campaña contra *Una mente maravillosa* fue detallada. No obstante, la gente de prensa de Miramax en condiciones de saberlo, dice no estar segura. Dice un empleado: «Cuando se estrenó *Una mente maravillosa* hubo una referencia a cosas omitidas en la crítica firmada por A. O. Scott [*The New York Times*]. La reacción de Harvey fue: "¿Se puede creer en lo que no se ve en la película?" De ahí que se infiriese que la gente debería saberlo. Nos dijeron: "Esto hay que moverlo, que todo el mundo se ponga a trabajar en este caso." Hay un publicista de Miramax muy amigo de Drudge. Sacó el asunto del antisemitismo la primera semana; más tarde Drudge también sacó a relucir ese punto. Es una conexión demasiado obvia. Pero Harvey no parecía dispuesto a revelarlo, ni siquiera cuando nos encontrábamos unos cuantos en un despacho o en el coche. Nunca cedió, nunca se sinceró y dijo que el tiro le había salido por la culata. Siempre decía lo mismo: "No hemos hecho nada malo." Pero saltaba a la vista que no éramos inocentes.» En palabras de Tony Safford, ex ejecutivo de Miramax, en otro contexto, la empresa «trabaja mucho a favor de las películas, y mucho también contra las películas. Son capaces de usar contra una película cualquier injuria, todo lo imaginable». Sin embargo, Matthew Hiltzik, vicepresidente de prensa, niega que Miramax dedique su tiempo a campañas negativas: «Harvey nunca hace nada para que una película ajena fracase.» Y Mark Gill: «Teníamos las manos bastante limpias. A Harvey le aterroriza la idea de que la gente lo siga.»

Weinstein añade: «Chivo expiatorio n.o 101. Echémosle la culpa a Miramax.» (Universal absolvió públicamente a Miramax.)

El 4 de marzo, Harvey dejó de dedicarse a la campaña por los Oscar para atacar a la directora Julie Taymor en el vestíbulo, atestado de asombrados cinéfilos, del Lincoln Square Theater de Nueva York, en la esquina de la calle Sesenta y ocho con Broadway, tras una exitosa proyección de *Frida*. Biografía de la legendaria artista mexicana, compañera del muralista Diego Rivera, el proyecto tenía una historia larga y complicada que había empezado con Madonna y terminado con Salma Hayek. Harvey había aceptado producirla a regañadientes. En el reparto figuran Salma Hayek, Alfred Molina, Antonio Banderas y Edward Norton, entre otros, pero él sacó su libra de carne. Cada vez que parecía que iba a darle luz verde, volvía a cebarse en Hayek para pedirle que se comprometiera para otra película o aceptara rebajar el caché, o para que hiciera una aparición especial en alguna otra producción de Miramax. Tras ocho años trabajando en el proyecto, el salario de la actriz fue el mínimo del Screen Actors Guild (SAG), el sindicato de actores de cine y televisión: setenta mil dólares.

El primer montaje de *Frida* duraba entre dos horas y dos horas y media. Por supuesto, Harvey quería una película más corta. Dijo cosas como: «Vine a la tierra a tratar con artistas, a coger su trabajo y mejorarlo.» Claro que Taymor no pensaba precisamente eso. Harvey organizó una proyección de prueba. La directora y el grupo de Miramax esperaron dando vueltas en el vestíbulo de los enormes multicines a que el público rellenase las fichas. Luego volvieron a entrar en la sala para la sesión de grupo y volvieron a salir. Alguien del NRG le dio a Harvey un resumen de la puntuación. Harvey lo miró y dijo: «Ha obtenido una puntuación muy buena.» Es decir, entre ochenta y noventa puntos, algo milagroso para la historia de Frida Kahlo, Rivera y Trotski. Weinstein le dijo a la directora: «¿Qué te parece lo que ha dicho el grupo?»

«No entendieron bien lo de Trotski y el comunismo en México. Podríamos aclarar esas dudas, pero nadie querrá alargar la película.»

«Bueno, podemos solucionarlo metiendo algunos diálogos.»

«Les ha gustado, no creo que tengamos que explicar todas las

dudas que el público pueda tener acerca de la revolución mexicana. Ésta es una película sobre Frida Kahlo.» Lo que Taymor no sabía era que un director puede tener problemas si su película saca malas notas en una proyección de prueba, pero que puede tener problemas aún más serios si saca buenas notas: Harvey pensará que él puede conseguir calificaciones aún mejores. Y al parecer eso fue lo que ocurrió en este caso. Por razones que él conoce mejor que nadie, en ese momento Harvey estalló. Hizo trizas las fichas, se volvió hacia Taymor y le gritó: «Eres la persona más arrogante que he conocido en la vida. Me lo dijo mi hermano, y tiene razón.» (En realidad, Bob acababa de conocer a la directora.) Con unas palabras de despedida –«Comercializa tú misma esta jodida película; yo pienso vendérsela a HBO»–, Harvey hizo amago de irse, pero al instante dio media vuelta sobre sus talones y, mirando a Bart Walker, el agente de Taymor, rugió: «¡Largo de aquí!» Y señalando sin ningún motivo a Elliott Goldenthal, la pareja de Taymor, compositor nominado al Oscar y creador de la banda sonora de *Frida,* siguió gritando en el mismo volumen: «No me gusta esa expresión que tienes. ¿Por qué no defiendes a tu mujer? Así podría molerte a palos.» Luego se volvió hacia los ejecutivos de Miramax, que contemplaban la escena horrorizados, hacia el productor y el montador, y gritó: «¡Estás despedido, estás despedido, estás despedido!», como si tirase al blanco con una escopeta de aire comprimido en una barraca de feria. «Todo giraba en torno al poder», dice Gill. «"Quiero hacerlo a mi manera. Demostrar quién es el jefe. Conseguir que me escuche."» En relación con este incidente, Taymor dijo más tarde: «No diría que fue una pelea a gritos porque en realidad sólo gritó una persona.» Y añadió: «Si no hubiese sido por Salma, lo habría dejado. Pero quería que se estrenase por ella.»

Harvey llevaba muchos años pasándole películas en distintas fases de desarrollo a una pandilla de periodistas y críticos de cine con los que se llevaba bien. Como había hecho en tantos otros ámbitos, había adoptado una dudosa práctica que siempre había existido a un nivel informal y *ad hoc* –Pauline Kael solía leer guiones y visitar salas de montaje dando consejos– para fabricarla en serie. Desde el punto de vista económico era una fórmula inteligente porque mataba de un

solo tiro a una bandada entera de pájaros: a Harvey le daba el conocimiento anticipado sobre cómo podía irle a una película con la crítica, sobre los cambios que podía hacer para que los críticos sonriesen, le daba munición para sus combates con directores recalcitrantes y, en último lugar, aunque no por ello menos importante, liaba a los guionistas, los críticos y los montadores adulados por sus atenciones en una red de complicidades que sólo podía influir en la opinión de los implicados, por más que ellos lo negaran. En este caso le enseñó a Taymor los comentarios de Rex Reed, Lynn Hirschberg, Graham Fuller, John Brody, Tina Brown y varios más.* Dice Mangold, que se opone enérgicamente a esta práctica: «Hay una especie de extraña relación incestuosa entre los críticos de cine, los estudios de mercado y los estudios cinematográficos; el crítico se vuelve cómplice del acto de volver a montar y manda al director a la muerte. Ahora ya no es lo que dice el público de un multicine de centro comercial, sino también Peter Travers, al que le gustó la película pero le molestó un poco esto o aquello. Se vive en un mundo parecido al de *Alicia en el País de las Maravillas.*» Harvey proyectó *Frida* para su pandilla y utilizó los comentarios para presionar a Taymor.

Al final salvaron las diferencias, pero el episodio dejó mal sabor de boca. Entre la bronca pública a su personal después de la ceremonia de los Globos de Oro, la regañina a Stacey Snider y el estallido con Taymor, Harvey parecía más fuera de control que nunca.

Después de los gritos a Taymor, prometió buscar ayuda. «Hablé con Meryl Poster la mañana siguiente al incidente con Julie. Le dije: "Tenemos que hacer algo para manejar mi furia. Todas mis películas se van al traste por culpa de [mi] personalidad. Tengo un temperamento horrendo; esto tiene que acabar pronto. Dios mío, qué imbécil he sido."»

El sábado 23 de marzo se celebró la fiesta de Miramax anterior a los Oscar en una carpa montada en el Sky Bar del Hotel Mondrian, en Sunset Boulevard. Esforzándose por mostrar que no había resentimiento, Weinstein y Katzenberg recibieron a unos setecientos invitados con un sketch satírico que se mofaba de su «enemistad».

Fue una idea divertida, pero lo que dejó boquiabiertos a los espectadores fue el material clasificado X. Mientras los ejecutivos de Universal y DreamWorks, muy incómodos en primera fila, intercambiaban miradas como diciéndose: «¿Qué estamos haciendo aquí?», los presidentes del estudio, vestidos como gladiadores, se enfrentaban en «el despacho de Snider», donde la presidenta, interpretada por Christina Applegate, mediaba para conseguir una distensión entre ambos. Una muestra, cortesía del tristemente famoso Nikki Finke:

KATZENBERG (a Snider): Hola, cariño. Estás preciosa hoy.
WEINSTEIN: Lo he cronometrado, Jeffrey. Exactamente dos segundos
hasta tu primera lamida de culo. KATZENBERG: Si aumentaras exactamente medio kilo más, podrías
haber venido de Roma. SNIDER: Os he hecho venir hoy porque ya estoy harta. No soporto
más «él dijo, ella dijo», todas esas chorradas. WEINSTEIN: ¿Quién es ella?
SNIDER: Primero fue *Salvar al soldado Ryan* contra *Shakespeare in Love*.
Ahora todas estas murmuraciones por *Una mente maravillosa*.
WEINSTEIN: Juro por la vida de mi chófer que nunca dije nada de
todo eso. Pero Nash era gay, ¿no? KATZENBERG: Eh, mira cómo vas vestido. Tendrías que saberlo.
WEINSTEIN: Métetelo debajo de la falda, Sparky.
KATZENBERG: Me parece que has olvidado que fui yo el que te com-
pró la empresa. WEINSTEIN: Sí, en 1993, con el dinero de Michael Eisner.
KATZENBERG: Tuviste suerte. Entonces Eisner todavía tenía un poco
de dinero. WEINSTEIN: No creo que tú hayas visto un solo dólar.
KATZENBERG (a Snider): ¿Te excitas cuando suelta obscenidades?

Y el sketch seguía y seguía en la misma vena. Si la intención era

suavizar sensibilidades heridas en las dos empresas, puede afirmarse que no funcionó. En palabras de un ejecutivo de DreamWorks: «Fue un montaje. Para tener a su disposición a la gente de Universal y DreamWorks, como si fueran objetos de utilería en una pieza teatral, como si todo eso existiera para mostrar que nosotros fuimos a ellos, a su territorio. Algo falso: "Te lo perdono todo." Para rebajarnos.»

La noche siguiente, el 24 de marzo, la ceremonia de entrega de los Oscar se celebró por primera vez en el nuevo Kodak Center, en Hollywood Boulevard. El premio a la mejor película fue para *Una mente maravillosa,* no para *En la habitación*. Sissy Spacek, candidata al Oscar a la mejor actriz, perdió, y la estatuilla fue para Halle Berry por su papel en *Monster's Ball*. Según una fuente de la compañía, Harvey acusó a Spacek de no haber hecho lo suficiente para promocionarse. Aunque *Amélie* había batido el récord que antes ostentaba *La jaula de las locas* y llegó a ser la película francesa más taquillera de la historia en los Estados Unidos (treinta y tres millones de dólares), el Oscar a la mejor película extranjera se lo llevó *En tierra de nadie*. Harvey tuvo que conformarse con un premio al mejor actor de reparto (Jim Broadbent, *Iris)*. Como si todo eso no fuera de por sí bastante malo, los hermanos se convirtieron en el blanco del charlatán de la ceremonia. Nathan Lane, sin duda alguna para vengarse por el despliegue de mal genio de Harvey en la fiesta de cumpleaños de Hillary Clinton, celebrada apenas seis meses antes, presentó el nuevo Oscar a la mejor película de animación. Refiriéndose a una de las nominadas, bromeó: «Hasta ahora había pensado que *Monsters, Inc*. era un documental sobre los hermanos Weinstein.»

Desde *Shakespeare in Love* (1998), Miramax no había presentado una candidata seria a mejor película; la sequía duraba ya tres años. No era sólo la humillación de perder lo que dolía: prometer estatuillas era una de las maneras que tenía Harvey para contratar actores a precios baratos. Si no podía cumplir lo que prometía, los actores no le rebajarían las tarifas y, si no lo hacían, terminarían los días en que llovía oro, los tiempos de *Pulp Fiction* y *El indomable Will Hunting*, lo que equivale a decir que la especialidad de la casa Harvey, la película taquillera de alcance medio, sería cosa del

pasado. La empresa se tambaleaba, y las cosas empeoraron antes de que pudieran mejorar.

Todd Haynes y Christine Vachon habían apostado por USA. *Lejos del cielo*, con Steven Soderbergh en calidad de productor ejecutivo, tenía que rodarse supuestamente con un presupuesto de poco más de doce millones de dólares, terriblemente bajo para una película ambiciosa que intentaba reproducir un melodrama a lo Douglas Sirk, con decorados lujosos, cuidadoso vestuario y exquisita fotografía. Pero casi la hunden montones de problemas, incluido el embarazo de Julianne Moore, la protagonista, que insistió en que se rodara en Nueva York, su ciudad de residencia, pronto tocada por el 11 de septiembre, que interrumpió semanas de preparativos y destruyó casi una cuarta parte de los lugares de rodaje, concentrados todos en el centro de Manhattan. Cuando Vachon se quejó de que no podría atenerse al presupuesto, Scott Greenstein dijo todo lo que tenía decir –«Ya lo arreglaremos»– pero más tarde el presupuesto terminó siendo un problema. La historia de siempre: los independientes tienen que hacer las películas como ésta a costa suya, y cuando USA presionó a Haynes y a Vachon para que cedieran parte de su salario, lo hicieron. El rodaje fue un infierno de principio a fin. La compañía fiadora separó a Vachon de su cargo porque se había excedido del presupuesto en trescientos mil dólares y se hizo cargo de la producción. El representante convocó a Vachon a una reunión y, como el director de un colegio amonestando a un alumno desobediente, le dijo:

«Estamos muy decepcionados con usted.»

«Muy bien...»

«Confiamos en usted y nos ha mentido.»

«Yo no mentí.»

«¿Sabe lo que me veo obligado a hacer?»

«¿Qué se ve obligado a hacer?»

«Tendré que acortar el calendario de rodaje.»

«No podemos.»

«Dirá que no quieren.» Si la compañía podía constatar falta de ética profesional o que Vachon se negaba a cooperar, podía destituirla y, lo que es peor, quitarle lo poco que le quedaba de su salario. No pudo hacerlo, pero ésta fue la primera vez en una carrera de casi dos décadas y treinta y ocho películas, que una compañía compañía fiadora se hacía cargo de las funciones de la productora. Vachon estaba furiosa: «¿Tengo diez años? ¡No! Tengo cuarenta tacos. Sinceramente sentí que la actitud de USA y de la compañía era: "Has perdido la cabeza, nena." Si yo hubiera sido Ted Hope, habrían dicho: "Pobre Ted, no tuvo buena gente trabajando para él. Por lo tanto, vamos a trabajar juntos para tratar de encontrar una solución." A mí sólo me aplicaron el castigo: "¿Quién diablos se cree usted que es? Le quitaremos el pase del peaje y queremos que nos devuelva los 22,80 dólares, el total de los gastos que para nosotros no justifican sus viajes para venir al plató." Imperaba una atmósfera de terror. No podía creerme que USA permitiese que le ocurriese algo así a la película. Scott no me devolvía las llamadas y tampoco lo llamaba a Todd.»

Cuando terminó ese rodaje infernal, Vachon cambió de opinión respecto de Miramax. «Ojalá hubiera hecho *Lejos del cielo* con Miramax. Me di cuenta de que un gilipollas al que le importa el cine es mejor que un gilipollas al que no le importa nada.»

USA quería organizar una proyección de prueba. Prosigue Vachon: «Según mi experiencia, el estudio siempre te dice: "No te preocupes. No importan sólo las notas, se trata de averiguar cuál es tu público." Luego, por supuesto, si la puntuación es mala, como casi siempre lo es con películas como *Boys Don't Cry, Lejos del cielo* o *Retratos de una obsesión*, entonces se asustan y, claro, sí que importan las notas.» *(Retratos de una obsesión*, que pasó prácticamente inadvertida, recaudó 31,5 millones con un presupuesto de sólo doce, convirtiéndose así en la película más rentable de todas las producidas por Vachon.)

En efecto, la puntuación que obtuvo la película de Haynes fue baja. Pese al éxito de *Traffic*, Greenstein sentía que su situación en USA era muy precaria. Soderbergh era su mejor baza. «Scott

cumplió lo que le prometió a Steven», dice Vachon. «Consiguió que *Traffic* se hiciera por él; él le consiguió las nominaciones y también el premio al mejor director. Steven y Scott formaban un buen equipo. Scott podía decir alguna locura y Steven encontrar la pieza que le daba sentido y traducirla. Cuando Scott está en su mejor momento, puede adivinar los puntos del pulso, en una sala, en un guión, en un paquete. Es como si comprendiera la esencia del objeto que tiene que vender.» Así y todo, hablaba por teléfono con Haynes y decía, con voz histérica: «Voy a perder mi trabajo por esta película», le citaba las notas de las fichas –«Mira, el veinte por ciento del público opina que es demasiado lenta»– y le suplicaba que la resumiera. Dos días antes de comenzar el rodaje principal de *Solaris*, Soderbergh voló a Portland, Oregón, para pasar un día con Haynes y hablar de la película. «Soderbergh tenía el derecho al montaje final en *Lejos del cielo»*, dice Haynes. Y Steven dice: «Se puso duro conmigo, pero de una manera muy constructiva, diciendo que apoyaría todo lo que yo decidiera finalmente.» Soderbergh sugirió muchos cortes, algunos de ellos drásticos, pero Haynes rechazó la mayoría. «Tenía que hacer la película como yo quería», dice el director. «Somos dos directores diferentes, hacemos películas diferentes y ésa fue la principal razón por la que Steven me apoyó.» Con intención de colaborar, Haynes llamó a USA y dijo: «"Tuve una reunión muy positiva con Soderbergh, pero algunas de las cosas que me sugirió son un poco radicales. Tengo la sensación de que tal vez no acepte todas sus sugerencias." Scott comprendió inmediatamente que no iba a hacer ni una sola de las cosas que me había dicho Soderbergh, por eso llamó a Christine y se puso muy duro con ella por teléfono. Le dijo: "Si Todd no sigue todos y cada uno de los consejos de Steven, no vamos a apoyar la película."» Scott se limitaba a hacer lo que creía haber aprendido de Harvey. Dice Michael Jackson, director ejecutivo de USA Entertainment: «Ésa pudo ser una muy buena llamada. Seamos francos, no puede decirse que *Velvet Goldmine* haya sido el no va más. Es posible que Scott quisiera imponerse. Estoy seguro de que quería algo que funcionara para el público, algo diferente, no una película hecha en casa. Y, en efecto, la película funcionó.»

A las cuatro y media de la tarde del martes 4 de mayo, Vachon

asistió a una fiesta celebrada en Sandcastle, la compañía de Robert Altman. Allí se encontró por casualidad con Julianne Moore, que, al verle la cara, le preguntó:

«¿Qué pasa con la película?»

«Nada.»

«No te creo. ¿Qué está pasando? ¿Qué te están haciendo? ¿Van a joderlo todo?»

Vachon pensó: Tengo que irme de aquí, no quiero fingir ni hacerle creer a Julianne que todo va perfectamente. Cogió un taxi; de camino al centro, sonó el teléfono móvil. Eran James Schamus y Ted Hope, de Good Machine: «No te lo vas a creer, pero acaban de despedir a Scott. Nos hemos hecho con USA.» Vachon, contentísima, llamó a Haynes, que estaba en Portland, y le contó la noticia. El director también estaba encantado. «Fue increíble porque a James lo conocía hacía muchos años, pienso que es muy inteligente y siento que con él puedo hablar de cualquier cosa», dice Haynes. Y añade Vachon: «El único que no se emocionó fue Soderbergh porque siempre le había sido muy leal a Scott. Él dijo algo así como: "No creo que esto beneficie a la película."»

Mientras el drama *Lejos del cielo* se desarrollaba en primer plano, al fondo iba cambiando la gran película. A principios del 2002, Vivendi había comprado los activos de cine y televisión de Barry Diller, dándole lo que finalmente sería un papel de control en Universal. USA Films se desdobló en Universal Focus, al mando de Stacey Snider. Parecía que a Greenstein lo habían propuesto para dirigir la nueva división. De hecho, un artículo publicado en *Variety* decía exactamente eso. Todos, incluida Snider, pensaban que Greenstein había filtrado la noticia. Pero ésa no era la verdad, aunque no tenía mucha importancia. La percepción lo es todo. David Linde, de Good Machine, se hizo eco de la opinión de muchos cuando dijo: «Esto es un suicidio.»

Sin embargo, pese a lo que afirmaba el artículo, parecía improbable que Greenstein dirigiese Focus Features, como bautizaron a la nueva compañía. En USA, Diller tomaba todas las decisiones del día a día, desde el diseño de los carteles hasta la asignación del presupuesto semanal para el márketing de una

película. Por todo ello Greenstein no encajaba bien en la empresa que preveía Snider. Para ella no tenía sentido un departamento de cine independiente si no era independiente, y en este espíritu Focus debía tener sus propios departamentos de márketing y distribución, separados de la casa matriz. Antes de entrar en Universal, Stacey había sido ejecutiva de Sony y, a distancia, había admirado a Michael Barker y Tom Bernard, de Sony Classics. La actitud de ellos respecto de la casa matriz era: «Podéis venir a besarnos el culo cuando se acerca el día de los premios de la Academia, pero si no, que os jodan.» Dice Snider: «Eso me encantaba.» Admiraba a Good Machine, a Christine Vachon, a John Sloss, productor y abogado de los independientes, y a la Miramax de la era pre-Disney, «cuando era la empresa de Miriam y Max», como dice ella. «Son disidentes con personalidad.» Snider le dijo a Diller: «Scott es un gran ejecutivo, pero si tengo que hacerlo, lo haré de otra manera. No voy a contratar a ejecutivos, sino a directores.» Además, Diller le había pedido a Jackson que buscara un sustituto para Greenstein, cosa que, sin duda alguna, Snider sabía. Diller no lo recuerda y dice: «Mi posición era no decirles [a los ejecutivos de Universal] lo que tenían que hacer, pero sé que nunca tuvieron la intención de darle ese puesto a Scott. No hizo nada malo; no se merecía que lo utilizaran de esa manera.»

Universal y Good Machine ya tenían una relación. Universal había contratado a Schamus para producir y coescribir *Hulk* con Ang Lee, que también la dirigiría. Snider sorprendió a todos proponiendo la compra de Good Machine con Schamus y Linde como codirectores de la nueva división, Focus Features. Schamus le dijo a Haynes: «Móntala como se te antoje.» Añade: «Tres días después me proyectaron la película. Cuando estaba a punto de terminar, me puse a llorar.»

Cada vez era más evidente que a las pequeñas empresas independientes las llevaban de un lado a otro los jugadores empedernidos en la continua partida de póquer del capital internacional, para el cual los *indies* tenían poco valor intrínseco y eran poco más que comodines en el mazo, verdaderas incógnitas. Universal compró October y se la vendió a Diller, que la transformó

en USA Films, engullida a su vez por Vivendi y devuelta a Universal, donde se fusionó con Good Machine para convertirse en Focus Features.

Con todo, de momento ganaban los buenos. Hope se marchó para lanzar su propia productora. Dice: «Es agradable sentir que por una vez en la vida tienes una compañía cinematográfica totalmente integrada y dirigida básicamente por gente de cine; saber que tendrás oportunidad de hablar con alguien sobre los motivos por los que hay que hacer una película por pasión y no sólo por las cifras. En los estudios, gran parte del proceso tiene que ver con la aversión al riesgo, con cubrirse el culo para proteger tu trabajo. Aquí enseñamos el culo para que todo el mundo lo vea.»

Weinstein consiguió un milagro con *En la habitación,* que obtuvo unas recaudaciones de 35,9 millones, pero se había gastado un montón de dinero en ello; se rumoreó que Bob se había quejado de que su hermano había gastado tanto, que la película no sería rentable. «¿Es sensato gastar veinte o veinticinco millones para ganar cinco o seis?», se pregunta John Penotti, de GreeneStreet. «No lo sé.» Si Weinstein gastaba demasiado en la comercialización de películas independientes tradicionales como *En la habitación*, era demasiado poco lo que gastaba en sus aspirantes a película de estudio, como *Kate & Leopold*. En una época Harvey había alcanzado un delicado equilibrio entre comercialización a la manera de los estudios y a la manera de los independientes, combinando lo mejor de ambos mundos, pero en los últimos años daba la impresión de combinar sólo lo peor.

Al comenzar el 2002, las cifras seguían siendo deprimentes. *Atando cabos* perdió diez millones; *Piñero* casi ni se estrenó; *Las cuatro plumas*, coproducción con Paramount, fue un desastre que costó unos ochenta millones y recaudó apenas dieciocho a escala mundial. Miramax perdía en total unos trece millones. *En busca de*

un beso salvaje, con dos chicos del grupo 'NSync, costó diez millones y sólo recaudó 4,4 millones.

Como de costumbre, Dimension había sacado el máximo partido con *Spy Kids*, estrenada en marzo del 2001, una película que costó treinta y cinco millones y recaudó ciento trece, y también con *Los otros,* estrenada en agosto, que le dio a Miramax el mejor año de su historia (según Harvey, unos ciento setenta millones de beneficios). Sin embargo, el siguiente año fiscal, que terminó el 31 de octubre del 2002, fue uno de los peores; el toque mágico de Bob parecía haberse esfumado. *Texas Rangers,* con James Van Der Beek, costó treinta y ocho millones y recaudó apenas 623.000. *Impostor (Infiltrado)*, con Gary Sinise, costó cuarenta millones y recaudó 6,11; *Below*, también llamada *Proteus*, coescrita por Darren Aronofsky, fue una película de terror con un presupuesto de cuarenta millones que recaudó sólo 589.000, y *Equilibrium*, con Christian Bale, recaudó 1,2 millones con un presupuesto de dieciséis. En el *New York Times*, Elvis Mitchell dijo que *Equilibrium* era «una película que podía ser aún más estúpida si fuese un poquito más larga». Demasiado miserable para contratar estrellas (Van Der Beek, Sinise y Bale apenas sabían abrir una lata de atún, mucho menos actuar en una película), Bob de repente se vio incapaz de dar con películas que tuvieran la garra de la serie *Scream*, capaz de atraer masivamente al público. Y, sin estrellas, algunos de esos fracasos carecieron incluso de la amortiguación de unas ventas decentes al extranjero y a los mercados auxiliares. Miramax postergó el estreno de un puñado de sus películas para pulir los libros. *Waking Up in Reno*, un bodrio, se aplazó hasta octubre del 2002, y allí murió tras recaudar la ridícula suma de 269.109 dólares. No hay que olvidar los veintisiete millones (o probablemente más) que Harvey perdió en la ruidosa caída de la revista *Talk* en enero del 2002. Y, por último, Miramax tuvo que cargar con la mitad de los costes de producción y márketing de *El sexto sentido* y *El protegido*, de M. Night Shyamalan, que, según una fuente, ascendieron a ochenta millones. Según un artículo publicado en el *New York Times* en otoño del 2002, en los cinco años anteriores Miramax no pasó del séptimo puesto en ingresos de taquilla.

En primavera, los Weinstein ya habían dejado de aprovisionar los despachos con refrescos y agua mineral, *bagels* y tarta de café. También se redujo el servicio de automóviles. El 15 de marzo despidieron a setenta y cinco empleados en el primer despido masivo de la historia de la empresa. El daño fue mayor a causa de una hemorragia de ejecutivos clave que comenzó en octubre del 2002, cuando se marchó Cary Granat, uno de los directores de mayor antigüedad de Dimension, seguido de Marcy Granata, jefa de prensa, que llevaba siete años en la empresa. Les siguieron Bahman Naraghi, vicepresidente de finanzas, y también Kevin Hyman, jefe de producción, y los altos mandos del departamento de márketing, incluidos Matthew Cohen y David Brooks, todos ellos al parecer agotados por la presión para generar taquilla con películas que no recaudaban nada. También se marchó Janet Hill, la jefa de prensa en la Costa Oeste. Luego, a mediados de octubre del 2002, renunció Mark Gill, que se había incorporado a Miramax a finales de 1994 y había llegado a vicepresidente en la Costa Oeste; a instancias de Bob, tuvo que dejar el edificio acompañado por un abogado de asuntos comerciales. «Son como capos mafiosos», dice Gill. «Adoran a la familia y asesinan a todos los demás.»

Miramax se dio cuenta de que estos despidos y renuncias, a los que la prensa dio amplia cobertura, no eran buenos para la empresa –querían decir que tenían problemas–; por lo tanto, cuando se impuso una nueva ronda de recortes, la llevaron a cabo en medio de un silencio tal, que la prensa apenas se enteró. La agitación del 2002 no tenía nada que envidiarle a la facturación de 1986 y 1993-1994. En total, el personal se redujo en un veinticinco por ciento.

Sin embargo, Harvey insistía en que el problema «¿dónde está Harvey?» era discutible. Tras el fracaso de *Talk* y terminada la campaña electoral, podría volver a concederle a la empresa toda su atención y, de hecho, la lista de estrenos del otoño del 2002 pareció ser la beneficiaria. No obstante, en cuanto juró no volver a comprar medios de comunicación, hizo una oferta silenciosa para adquirir *The New York Observer*, propiedad de Arthur Carter, pero falló. Con todo, seguía abrigando ambiciones de cambiar el mundo, como les había dicho a Mangold y a Konrad. ¿Sería capaz de resistirse a mezclarse,

en las próximas presidenciales, en la campaña del Partido Demócrata? Muy probablemente, no.

A Harvey no parecía preocuparle el hecho de distanciar a directores como Taymor y Haynes, ni tampoco lamentarse por ninguno de los que había dado por muertos en el camino, pero la lista es un auténtico *Quién es Quién* de jóvenes directores norteamericanos, la mayoría de los cuales le han devuelto el cumplido. Pese a sus tentativas de implicar a actores en proyectos futuros, Miramax había tenido muy pocos fieles. En palabras de Donna Gigliotti, los directores «votan con los pies. ¿Cuánta gente regresa a Miramax a hacer una segunda película?» Aunque en el mundo del cine la consigna es «nunca digas nunca», la amplia mayoría de la generación Miramax ya no trabaja ni quiere trabajar allí: Alexander Payne, Todd Haynes, James Gray, David O. Russell, Larry Clark, James Mangold, Baz Luhrmann, P. J. Hogan y Todd Field.

Fuera de la familia Miramax, los «chicos que triunfaron», como los llama Rick Linklater, y de los directores de los que Miramax tuvo y aún tiene derechos, la empresa se convirtió en la última parada para muchos de los cineastas surgidos en los años noventa, como Ang Lee, Neil LaBute, Wes y Paul Thomas Anderson, Todd Solondz, Nicole Holofcener, Allison Anders, Lisa Cholodenko, Hal Hartley, Kim Peirce, Darren Aronofsky y Miguel Arteta. Tampoco los directores británicos una vez distribuidos por Miramax –Jim Sheridan, Neil Jordan, Michael Caton-Jones, Danny Boyle– parecen acudir en masa con gran entusiasmo, por no mencionar a Mike Leigh, que evitó a los Weinstein desde el principio. Y los grandes directores internacionales, como Bernardo Bertolucci y Pedro Almodóvar, tampoco están ávidos por unirse a los hermanos, algo mucho más notable si tenemos en cuenta que Miramax es una de las pocas posibilidades. En palabras de Russell: «Si recordamos quién fue Harvey, vemos que podría haber acaparado el mercado, haber tenido a todos los jóvenes directores de talento... Harían cola para trabajar con él: "Por favor, éste es el lugar en el que hay que estar." Podría haber fundado una fábrica, con nosotros, pero su hambre de poder y de fama le ha hecho daño. Si no puede comerte ahora mismo, si

no eres un suflé Matt Damon, te deja plantado. Espanta a todo el mundo.» Añade Mangold: «Harvey hace cosas buenas y malas. Le da a la gente oportunidades que de otra manera no tendría, y para eso se necesita un coraje que los demás no tienen. Pero el problema está en que un individuo con una personalidad que tiene el desmedido orgullo de decir: "Lo miré a los ojos; creo en este chico", es también el que volverá a mirar a los ojos a ese chico y dirá: "Vi tu película; no creo en ella."» Harvey se las vio y se las deseó para contratar a Soderbergh y Clooney, pero la siguiente película de Soderbergh será para Warner *(Ocean's 12)*. Soderbergh está produciendo ocho películas, y una sola de ellas en Miramax, *Confederacy of Dunces,* que Harvey compró para él. *Crueldad intolerable*, de Clooney, fue para Imagine, donde la dirigirá Joel Coen.

Dice Vachon: «Harvey me envía cuatro guiones por semana. Comedias románticas.» Por irónico que pueda parecer, Vachon ha llegado a ser el Harvey de Harvey. «Harvey piensa: Puedo hacer tal cosa por veinte millones; apuesto a que Christine la puede hacer por doce. Las películas se colocan y lo único que tengo que hacer es decir sí y cobrar el dinero. Lo que no puedo hacer es poner Killer Films en esa porquería. Respeto su capacidad, pero si voy a pasar por eso, tiene que ser por un guión que me interese. Sin embargo, sé que el año que viene o dentro de dos años voy a hacer alguna película con Miramax. O me dan una buena comedia romántica, o yo presentaré algo que les guste.»

No obstante, pese a afirmar reiteradas veces que «hay un nuevo Harvey en la ciudad», el «nuevo» Harvey resultó ser muy parecido al viejo. Parecía estresado y volvió a fumar. Hay quien llegó a afirmar que lo oyó hablar solo en un ascensor. En mayo del 2002, Harvey tuvo un feo roce con Diller en Cannes. Todavía resentido por los comentarios de Diller en *Variety*, Harvey preguntó: «¿Por qué me llamaste matón?» Diller, que pensó que iban a llegar a las manos, respondió: «Porque lo eres.» Lo último que Harvey necesitaba era una pelea con Diller, otra gota más en el océano de mal karma que barría la cabeza de playa Miramax.

Mangonear al personal y maltratar a desafortunados directores

independientes es una cosa; amenazar a directores de estudios, otra muy diferente. A mediados de 2002, existía en Hollywood el creciente consenso de que Harvey se daba muchos aires. Dice Scott Rudin: «Creo que su comportamiento se ha vuelto imposible de controlar. La gente se ha hartado y no quiere saber nada de él; está cansada de que la mangonee y amenace, cansada de las *vendettas*, de los castigos y de las actitudes desagradables. Aquí la gente trabaja mucho para que esto parezca una empresa, no una tienda de golosinas. Sus chanchullos no son buenos para la opinión que se tiene de esta industria, y tampoco para las personas cuyas empresas cotizan en bolsa. Se puede hacer muchísimo dinero en Hollywood y nadie quiere que se metan con su medio de vida, pero eso es precisamente lo que hace Harvey.»

Daba la impresión de que a Harvey se le acababan las vidas, que atravesaba un momento crítico. Dice un alto ejecutivo de estudios: «Había hecho demasiadas cosas horribles. Cuando la mierda del gato es más grande que el gato, hay que quitarse de encima al gato.» O, como dice Cassian Elwes: «En Hollywood, la página favorita de las revistas especializadas es la de las necrológicas. Hay una tendencia natural a ver que la gente fracasa, no lo contrario. Muchísimos celos en el aire. Y Harvey ha hecho enfadar a mucha gente.» Harvey llegó a estar en una situación tan frágil que parecía que no faltaba mucho para que cayera en la tierra de nadie habitada por Mike Ovitz y otros.

Para el copresidente de Miramax, las consecuencias de mear en el estanque de Hollywood son más serias que no conseguir la mejor mesa en Norton's o la mejor suite del Peninsula. Los agentes, por supuesto, son sus enemigos naturales, mangostas para una cobra. «Empezó a jugar el juego de los estudios; a ese nivel las agencias no piensan ayudarlo sugiriéndole que sus clientes van a trabajarle gratis», prosigue Elwes. «Cada vez que topas con un presupuesto de cincuenta millones, los actores deberían dejar de trabajar por el mínimo. Los agentes piensan que si en el futuro hay dificultades, sus clientes tendrán que pagar por las penurias de Miramax.» Harvey replica: «Los agentes son los que peor hablan de mí. Usan traje, son

ejecutivos, burócratas anónimos. Nada de camisetas agujereadas y una sensibilidad *cool*. Podrían muy bien ser gente de Wall Street.»

Harvey ha sido capaz de abrirse camino y formar asociaciones con otros estudios, pero su conducta se lo ha puesto cada vez más difícil. Por ejemplo, DreamWorks. El copresidente Walter Parkes le había pedido a Lasse Hallström que dirigiese *Catch Me If You Can.* Según fuentes próximas al director y a DreamWorks, en ese momento Hallström no tenía obligaciones contractuales con Miramax, pero Harvey exigió la mitad de la película. Hallström estaba desesperado por hacerla, especialmente después de que le aprobaran a Leonardo DiCaprio, al que años antes había dirigido en ¿*A quién ama Gilbert Grape*? En un esfuerzo por obtener una retribución, Miramax empezó a enviar un guión tras otro, incluido el de *Rent*. Pero nada daba resultado. Harvey le ofreció a Hallström otra película, *Una vida por delante*, y, por si no captaba el mensaje, «pensaba molerlo a palos, a decirle que nunca volvería a trabajar para Miramax», dice un alto cargo de DreamWorks. «Era pura intimidación.» (Una fuente próxima a Hallström dice que se marchó por voluntad propia porque los trabajos de posproducción de *Atando cabos* no le permitían cumplir el plazo fijado para el estreno de *Catch Me If You Can.)* Posteriormente, Miramax y DreamWorks se asociaron para rodar *Tulip Fever* y Miramax compró unos cuantos territorios en *Casa de arena y niebla*. En palabras de un alto cargo de Miramax: «Jeffrey es psicóticamente leal a Harvey.»

Después del fracaso de las conversaciones, a los ejecutivos de DreamWorks les divirtió ver que Miramax puso en venta *Rent*, una medida que sugería el poco respeto que tenían por el material. El guión de *Rent* lo habían comprado conjuntamente Miramax y Tribeca Films, la empresa de Robert De Niro, y habían intentado que la dirigiese Spike Lee. Dice Lee, enfadado: «Pensé, puesto que venía bajo los auspicios de Bob De Niro y Marty Scorsese, que la gente iba a tratarme bien, pero no lo hicieron... Nos jodieron.» Lee trabajó en el guión todo el verano del 2001. En un momento, necesitó hablar con Harvey: «No podía localizarlo por teléfono», dice el director. «Tengo una casa de veraneo en Martha's Vineyard y yo mismo tuve que localizarlo en la isla. Dije: "¿Harvey?" Y él dijo: "¿Quién habla?"

"¡Spike! Tenemos que vernos."» Lee se fue a casa de Harvey y se pasó una hora hablando del guión, el presupuesto y el reparto mientras Harvey bebía Coca-Cola Light. Según Lee, cuando terminó la reunión Harvey sonrió, le dio la mano y dijo: «¡Vamos a hacer esta película, Spike!» Pero *Rent* nunca se hizo. Lee ya había escogido a los actores y estaba listo para comenzar los preparativos. «Intentamos que no se dispersara el reparto pero no nos dieron ni un dólar», prosigue. «Al final les dije: "A la mierda. Abandono el proyecto, me largo." Intentaron darme una excusa presupuestaria, pero era falso. Yo pienso así: Si no queréis hacer la puta película, decídmelo. Nos tuvieron colgados todo el verano. Y luego, al final, nos dieron unos míseros cincuenta mil dólares por todo el trabajo, una cantidad que tuvo que repartirse de distintas maneras.» ¿Si volvería a trabajar en un proyecto Harvey? «De ningún modo. Antes prefiero vender calcetines a cinco dólares los tres pares. Hay un dicho que dice: A Dios no le gustan los feos. Toda la mierda que ha hecho a lo largo de su carrera, todo eso va a volver y va a pasarle factura. ¡Es un cabrón mentiroso! ¡Un gordo hijoputa! ¡Una rata!»

Probablemente es Paramount el estudio que más coproducciones ha hecho con Miramax, pero también ésta ha sido una relación inestable. No sólo acusó Harvey a Paramount por los mediocres rendimientos de *El talento de Mr. Ripley*; también se metió con Rudin, entonces parte integrante del estudio. Rudin tiene una fama de volátil que nada tiene que envidiarle a la de Harvey; en él, el copresidente de Miramax encontró la horma de su zapato. Según el productor, Harvey utilizó *Iris*, película que estaba cofinanciando, como contrapeso en el tira y afloja por *Confederacy of Dunces*, un filme que intentaba quitarle a Rudin para dárselo a Soderbergh. Dice Rudin que Harvey lo amenazó: «Si no me vendes *Confederacy*, voy a dejar que *Iris* se pudra en el estante.»

Rudin le contestó: «Haz lo que quieras. He hecho la película y la he entregado. No me importa lo que hagas. ¿No quieres estrenarla? Te daré el número de Judi Dench. Llámala y dile que vas a dejar que se pudra, no pienso ser yo quien le transmita ese mensaje. Te deseo una agradable conversación telefónica.» Prosigue Rudin: «Después de un año de torturas, amenazas y chantaje, y tras tomar *Iris* como

rehén, finalmente aceptó pagarme. Fue, probablemente, el asunto más doloroso y desagradable que he vivido en toda mi carrera. Exclusivamente por Harvey.»

Antes de la disputa por *Confederacy of Dunces*, Rudin y Weinstein habían acordado coproducir *Las horas*, adaptación de la novela de Michael Cunningham sobre Virginia Woolf, protagonizada por Nicole Kidman en el papel de Woolf y Julianne Moore. «Era encantador ver que Harvey me buscaba todos los días suplicándome que lo honrase con el proyecto», recuerda Rudin. «Por supuesto, en cuanto lo consigue, estás [acabado]. Quería que Nicole Kidman interpretase a Virginia Woolf al natural, estaba decidido a no permitir que se pusiera una prótesis en la nariz. Pero Nicole Kidman interpretando a Virginia Woolf con el aspecto de Nicole Kidman sería ridículo. Sin embargo, fue implacable queriendo imponer su idea; llegó al extremo de enviar a alguien a Londres a verla. Puse un guardia de seguridad en el plató para que esa persona no pudiera acercarse a Kidman.» (Harvey dice: «Eso es una chorrada. Lo que dije fue: "No enseñes la nariz en el póster. Guárdala como sorpresa, como hicimos con *Juego de lágrimas."* Pero no, al final la pusieron en el puto cartel.») Añade Rudin: «Cada vez que terminas algo con ellos, juras que no volverás nunca, pero después, tarde o temprano, cuando quieres hacer una clase específica de película, el camino lleva a Harvey. Sin embargo, personalmente no creo que pueda volver a hacerlo. He llegado al punto en que creo que no hay película por la que valga la pena pasar por lo que uno pasa en Miramax.»

El 9 de agosto del 2001, o alrededor de esa fecha, llegó al despacho de Harvey una caja cuadrada envuelta en papel de regalo rojo. La dejaron en el suelo, sobre la alfombra, mientras sus cuatro asistentes la miraban con desconfianza. Cuando la abrieron, descubrieron que contenía veintisiete cartones de Marlboro Lights y una nota que decía: «Gracias por toda la ayuda con *Las horas.* Saludos, Scott.» Al parecer, Harvey le escribió a Scott una carta que decía: «Querido Scott, estoy haciendo una cura contra el cáncer. ¡Ojalá tu familia nunca necesite nada igual!» (Harvey lo niega.) Él no fuma Marlboro Lights –siempre ha fumado Carlton–, pero de todos modos, se fumó los veintisiete cartones.

No hay que olvidar el caso *Cold Mountain*, película basada en el bestseller sorpresa de Charles Frazier, dirigida por Anthony Minghella y producida en MGM. McGurk, de MGM, decidió que, antes de hacer una gran película de estudio «con un presupuesto de cien millones, sería más inteligente hacerla como empresa conjunta con Miramax, que podía hacerla por mucho menos. Nosotros nos quedamos con los derechos internacionales; que ellos se queden con los nacionales y manejen la relación con Minghella.»

De hecho, *Cold Mountain*, ambientada en la guerra de Secesión, es básicamente la historia de un hombre que atraviesa los bosques; hubo un tiempo en que Miramax la habría hecho por diez millones o menos. Al principio, Harvey habló de una película de cuarenta o cincuenta millones, pero *Cold Mountain* no tardó en convertirse en una superproducción de ochenta millones en la que cada compañía aportaba cuarenta. Harvey le echó la culpa a Minghella. Dice Gill: «A los directores como Minghella, a los que antes se trataba muy bien, empezaron también a darles patadas en la boca. Ésa es la diferencia entre "Nos encanta trabajar contigo" y "Vamos a liquidarte."» El guión de Minghella contenía algunas costosas escenas de batallas. Intentando ahorrar dinero, Harvey quiso utilizar recreaciones de la guerra hechas con especialistas, pero según él, el director insistió en utilizar actores. «Anthony dijo: "No. Hay que hacerla como yo digo"», dice Weinstein. «Su detallismo es comparable al de Scorsese, y yo no quería que *Cold Mountain* fuese otra *Gangs of New York.*» Así y todo, Minghella se salió con la suya.

Una vez más puede decirse que, en una época, Harvey habría escogido para el papel protagonista al barato y prometedor Hugh Jackman, el de antes de los *Hombres X*. Pero ahora quería a Tom Cruise, la estrella más cara de Hollywood, y también quería que le hiciera un precio especial. El caché de Cruise oscilaba entonces entre veinte y veinticinco millones, contra el veinte por ciento del *first dollar-gross*, es decir, empezar a cobrar en cuanto la película se distribuye. La gente de Cruise le dijo: «Está divorciándose y necesita el dinero», y le dijeron que no.

El caché de Cruise hizo que el presupuesto se disparase a más de cien millones, la cifra que McGurk esperaba evitar. Tras muchas idas

y venidas, Harvey le ofreció al actor un tercio de la película si trabajaba gratis, pero Cruise volvió a negarse y las negociaciones quedaron en punto muerto. «Cuando Harvey finalmente decidió subir todo lo que podía, Tom dejó de interesarse», dice Sydney Pollack, quien, con Ron Yerxa y Albert Berger, produjo la película. «Cruise dijo: "Ya son demasiadas negociaciones. No me fío y no quiero hacerlo."» Se dice que el actor sintió que Harvey lo había tratado mal. Posteriormente, Minghella y Miramax formaron un reparto (Kidman, Jude Law, Renée Zellwegger, Donald Sutherland y otros) que en total costó bastante menos del que habría sido el porcentaje de Cruise, sin actores con grandes porcentajes. No obstante, el presupuesto fue de unos noventa millones de dólares.

Harvey consiguió que la cifra bajase cuando decidió filmar la mayor parte de la película en Rumanía, y podó otros diez millones del coste total con un acuerdo de venta y cesión-arrendamiento, reduciendo así el presupuesto inicial a una cifra entre noventa y cien millones. Sin embargo, el tiempo parecía no ver con buenos ojos el rodaje. Llovía cada vez que tenía que salir el sol. Los ejecutivos de MGM empezaron a reconsiderar el asunto. Por ejemplo, a preguntarse si a un drama de la guerra de Secesión le iría bien a escala internacional. Vieron *Las cuatro plumas,* también una película de época que fue un fracaso absoluto, mientras el presupuesto de *Gangs of New York* se disparaba. MGM se abrió.

Con MGM fuera del proyecto, Weinstein tuvo que hacer la ronda para vender la película y encontrar un socio. Se parecía a George W. Bush tratando de improvisar una coalición de indecisos para invadir Irak. Pese a tener pedigrí de bestseller, un director de primera categoría, un reparto estelar y unos fragmentos asombrosos, todos los estudios la rechazaron. Harvey, o mejor dicho, Disney, se quedó con todo el paquete; se dice que Michael Eisner estaba muy descontento.

Con todo, el cine es un negocio y el dinero es el dinero, por lo que algunos estudios se apretaron la nariz con una mano y la de Harvey con la otra, tratando de idear algún trato que limitara su riesgo con Miramax. Los Weinstein consiguieron una parte de *Master and Commander: Al otro lado del mundo* (Fox), pero como dice Russell

Crowe, el protagonista: «Es mejor mantenerlos en una posición subordinada y cerciorarse de que el agua no esté manchada de sangre.» Universal, donde, tras *Una mente maravillosa*, había muchísima inquina, estaba coproduciendo *Cinderella Man* con Miramax, también protagonizada por Crowe. *Cinderella* era un trato antiguo, anterior a *Una mente maravillosa.* «Nunca tuvimos una mala experiencia en la actual modalidad de asociación», dice Snider. «En general, salvo cuando me gritó, Harvey ha sido respetuoso.» Pero Universal había montado este trato con la intención de mantener a Miramax a distancia. «Si no tienes cuidado o, más que cuidado, paranoia, puedes verte obligado a ceder a una demanda que nadie debería haber hecho en un trillón de años», dice una fuente del estudio. «Harvey es capaz de hacer cosas que ningún socio le haría a otro socio, como competir contra ti fijando una fecha de estreno el día que tú también estrenes algo y sacar alguna ventaja a cambio cuando te hace el favor de retirarla. Tienes que levantar una muralla para proteger tu película.» En el caso de *Cinderella Man*, Universal supervisa el rodaje y controla la distribución a escala nacional, mientras Miramax se ocupa de la internacional. Con todo, Mark Gill señala: «Es una ilusión querer mantener a Harvey a distancia.»

Grazer y Ron Howard, que producen y dirigen, respectivamente, para Universal, todavía resentidos por el escándalo de *Una mente maravillosa*, comenzaron la relación con cierto temor. «Nos seducía la idea de hacer la película, pero en la misma medida nos asustaba Miramax», dice Grazer. «Pero, del mismo modo que los odio, también siento un gran respeto por todo lo que han conseguido. Pensaba que, si son capaces de ser tan eficientes para ellos mismos, también podían serlo tratándose de nosotros. Es más o menos lo que Spiro Agnew le dijo a James Brown cuando invitaron a Brown a la Casa Blanca: "Si eres capaz de frenar un tumulto, también puedes empezar otro." O haces una película con alguien, o no haces la película y te marchas. Mi decisión fue: Voy a confiar en Harvey... hasta que ocurra algo.»

En un período de tiempo relativamente breve –del verano del 2001 a la primavera del 2002–, Harvey se las ingenió para enemistarse

con Mangold, Konrad, Hallström, Field, Snider, Katzenberg, Taymor, Haynes, Scorsese, Penotti, Stevens, Cruise, Rudin, Ron Howard y Brian Grazer, y también con decenas de agentes y ex empleados –hoy– de Miramax.

Hasta Disney, luchando en un entorno económico adverso, reaccionó de manera agresiva, amenazando con comerse a su propia criatura. Con unos ingresos en descenso y las acciones cayendo en picado, Eisner no quería que nadie enturbiara las aguas, precisamente lo que los Weinstein –cuyo contrato vence en 2005– saben hacer mejor. Estaba inquieto y dispuesto a resolver sus problemas con ellos de la manera más amistosa posible. Por otra parte, nadie niega la animadversión entre Miramax y Disney. Ya sin amigos como Katzenberg, McGurk y Roth, reemplazados por Dick Cook, con quien los Weinstein tienen una historia, el clima se ha vuelto glacial. Entre otras cosas, a Disney le disgustaba el tamaño de las películas que Miramax se había lanzado a hacer, y quería que los hermanos retomaran una versión modificada de su plan de negocios original, películas de veinte, treinta o cuarenta millones, no de setenta, ochenta y noventa como las que habían hecho en los últimos tiempos. La lista de Miramax para el 2003 incluía algunas megaproducciones con presupuesto muy elevado, como *Cold Mountain; Kill Bill*, que no se rodó en el plazo fijado, superándolo en al menos tres meses, pudo llegar a costar setenta millones, y *Duplex*, que de los treinta cinco millones iniciales se disparó hasta rozar los sesenta –siendo, como es, una comedia nada divertida que en su mayor parte transcurre en un apartamento– después de que Miramax despidiera a su director, Gregg Mottola, que aceptó cobrar una miseria, y lo reemplazara por el carísimo Danny DeVito.

Hasta entonces, los Weinstein habían operado con un límite presupuestario anual de setecientos millones de dólares, con los que cubrían también los costes de producción y de copias y publicidad. Según Harvey, la empresa los superó cuando MGM la dejó colgada en *Cold Mountain* y Disney intentó redefinir cómo se calculaban esos costes con la intención de apretar a Miramax y reducir las primas de los hermanos. Según Weinstein, Disney también quería reducir el límite presupuestario a quinientos millones, en parte cambiando las

fórmulas gracias a las cuales las ventas al extranjero pueden compensar los costes. Desde el punto de vista de los Weinstein, Disney les pagaba menos de lo que les correspondía, lo cual los puso furiosos. «Tienen problemas económicos y van a intentar renegociar el trato», dice Harvey. Para los Weinstein, siempre había sido mortal compartir los beneficios, con quienquiera que fuese –agentes, productores, inversores, directores o empleados–, lo cual pudo ser más cierto tratándose de Disney. En palabras de Elwes: «Estoy seguro de que en el fondo de su mente tienen el acuciante pensamiento de que si hubieran podido seguir siendo independientes y tener el éxito que han tenido en los últimos ocho años, habrían sido multibillonarios en lugar de multimillonarios.»

En el 2002, Eisner encargó una auditoría de los libros de Miramax –algo bastante engorroso, pero también bastante común– y los Weinstein contraatacaron con dos abogados muy potentes, Bert Fields y David Boies, a los que encargaron que buscasen motivos jurídicos suficientes para pedir una auditoría de los libros de Disney correspondientes a la distribución en vídeo y televisión de los productos de Miramax. «Ellos, por supuesto, nos hacen una auditoría por minuto», dice Harvey. «Siempre están controlando mis libros, así que no hay manera de ocultar lo que hacemos. La otra cara de la moneda es que la paga de Bob y yo [*sic*] está determinada por la contabilidad de Disney. Yo no veo sus libros a menos que pida una auditoría. Ha habido ciertas discrepancias en lo que respecta a cuánto creemos que nos deben. Les hemos pedido que nos dejen ver ciertas cosas, pero no nos han dado las explicaciones que esperábamos.»

Los Weinstein, que siempre pensaron que podían hacer más dinero dirigiendo Disney ellos y no Eisner y sus amigos, critican abiertamente la opinión de Eisner, comenzando por la negativa de éste a permitir que Miramax produjese *El señor de los anillos*. «No olvidemos que él fue el primero en confiar en esto», es decir, en él mismo, dice Harvey, «y fue incapaz de conseguir que su propia empresa lo respaldara, con el consiguiente perjuicio para él. Vista la manera en que explotan los parques temáticos, esa decisión pudo costarle a la compañía mil millones de dólares. Ahora mismo, las

acciones, en lugar de estar a trece dólares, estarían como las de Viacom», que entonces las tenía a casi el triple. Según fuentes de Miramax, Eisner ha tomado otras decisiones que irritaron a los hermanos, incluido el rechazo del programa televisivo *The Weakest Link*, que llegó a ser un éxito en NBC, y vetar un plan para convertir One Times Square en una meca del entretenimiento para turistas. Otras fuentes también ridiculizaron a Eisner por pagar demasiado cuando adquirió el ABC Family Channel y por la constante fuga de cerebros del estudio, como Jerry Bruckheimer, que se pasó a Warner's Television con su franquicia *CSI NY* a la zaga. Los hermanos habían estado negociando con banqueros inversores la posibilidad de crear un grupo de inversores que le comprasen Miramax –valorada por Harvey en unos seiscientos millones de dólares– a Disney. Pero Eisner, además de rechazar la oferta, se negó incluso a presentarla a la junta. En una tentativa, quizá, de exacerbar a Eisner y provocarlo para que soltase a Miramax, se cuenta que Harvey se presentó un día en el despacho, el viernes anterior a la ceremonia de entrega de los Oscar en marzo del 2003, con Bert Fields a la zaga. Eisner odia a Fields, que representó a Katzenberg en su exitosa demanda contra Disney, en la que ganó doscientos setenta y cinco millones; este gesto de Harvey equivalía más o menos a llevar a Arafat a la Knesset. Se suponía que Eisner, furioso, diría algo como: «Te has pasado de la raya, ya no hay vuelta atrás.»

Incluso Smith, Affleck y Damon se habían visto atrapados en la enmarañada relación entre Miramax y Disney. En palabras de Smith: «Tanto Matty como Ben se han manifestado alternativamente o juntos: "No sé si puedo seguir haciendo esto, no sé si puedo seguir en ese lugar." Affleck dice: "Vayámonos de Miramax de una puta vez, podemos hacer muchísimo dinero en otra parte."» Affleck y Damon hicieron un trato para su empresa, Live Planet, pero con Disney, no con Miramax, porque Harvey no estaba dispuesto a pagar lo que pedían. Y aparte de *Jay y Bob el Silencioso contraatacan* y *Jersey Girl (Una chica de Jersey)*, dos películas que Affleck hizo con Smith, ninguna de las diez que rodó desde *Algo que contar* (1999) la hizo para Miramax, salvo *Daddy and Them*, que en realidad fue un favor

que le hizo a Billy Bob Thornton, y *Una noche perfecta*, que también fue un favor a un protegido, el guionista Jay Lacopo. «Con *Jersey Girl* Harvey tuvo la oportunidad de que Ben volviese a Miramax», dice Smith. «Ben también lo sabía; hacerla en Miramax fue como arrancarle un diente. Hubo una época en la que Ben sólo decía: "Tú y yo podríamos llevar esta película a cualquier parte. Nos pagarían un pastón."

»"Sí, pero Miramax me ha fichado, lo sabes perfectamente. Me gustan esos tipos."

»"Tío, tienes que terminar con esa mentalidad de esclavo. ¿No ves que lo que quieren es que nos enfrentemos mutuamente? Sabe que quiero hacer la película contigo y que tú quieres hacerla conmigo, y sabe que a mí me gustaría hacerla en otra parte y que tú quieres quedarte con él. O sea, que estamos jodidos. Mira, te adoro, sabes que voy a hacerla, sólo te pido que no participes en las negociaciones porque yo pienso ir y jugar duro." Y lo hizo. Le estamos pagando a Ben más de lo que costó toda *Pulp Fiction."*»

Affleck cobró diez millones y tuvo un diez por ciento, una ganga si se tiene en cuenta que su tarifa está entre los quince y los veinte millones. Jennifer Lopez, que interpreta un papel secundario, cobró 4,5 millones y un cuatro por ciento. Prosigue Smith: «Scott Mosier, mi productor, y yo cobramos los dos juntos entre cuatro millones y cuatro millones y medio; con eso el presupuesto se pone en casi veinte millones antes de empezar a filmar un solo fotograma. O sea, que tienes diez u once millones para la película propiamente dicha, lo mismo que nos costó hacer *Dogma.» Jersey Girl* se filmó con menos de cuarenta millones, poco dinero para una película de Miramax. Pero, concluye Smith: «Si la hubiéramos hecho como película independiente, es probable que hubiera costado unos doce millones, que la misma gente la hubiera hecho por nada. Era una empresa que podía pagarle a la gente mucho menos de lo que solían cobrar. Pero ya basta.»

A Weinstein no le gusta nada el rumbo que han tomado sus dos «hermanos menores». Dice: «Cuando empecé, era un anatema que los actores como los Robert De Niro y los Al Pacino de este mundo dijeran "Necesito algo que me dé mucho dinero; voy a hacer una

franquicia de un cómic.” Ahora tengo a Ben y a Matt, dos chicos que crecieron conmigo –y suerte que ha sido así, para su carrera– diciendo: “Tengo que hacer *Pánico nuclear*, tengo que hacer *The Bourne Identity (El caso Bourne).”* Es la victoria de los agentes. Nadie va por las agencias diciendo: “Espera un momento, ¿de qué estamos hablando? ¿De su franquicia? ¿Qué pasó con el cine como arte? Voy a cerciorarme de que hagan el material más *cool*.”»

«Es duro para Harvey pagarle a Ben veinte millones cuando hace apenas unos años lo tenía por el salario mínimo», añade Smith. «Pero en cuanto Ben y Matty empezaron a ser rentables más allá de Miramax, en un mundo en el que pueden ganar quince millones sin que les hagan preguntas, frente a luchar para conseguir que Harvey les pagara diez millones, especialmente para Ben se resume en: “Harvey es un hombre de negocios, yo también soy un hombre de negocios.”» Smith piensa que la semilla de la discordia se plantó ya en *El indomable Will Hunting.* «Esa película recaudó ciento treinta millones y Matt y Ben nunca vieron dinero después de los primeros pagos. Las negociaciones del *Project Greenlight 2* también fueron bastante desagradables. La primera había ido bien, y los chicos salieron bailando de contentos a vender el espectáculo. *Project Greenlight 1* arrojó déficit, habían perdido dinero, pero Miramax había ganado. Harvey quería hacer la segunda serie de la misma manera; Affleck no paraba de decir: “No me importa no hacer dinero, pero al menos quiero recuperar lo invertido.” Ben empezó a llamarlo el ‘proyecto Redlight’.* Harvey dedica cada momento de su vida a buscar maneras de hacer negocios con Matt y Ben. Fue como *Una noche perfecta,* una peliculita con un presupuesto de tres millones que produjeron Ben y Matt. Si de todos modos Miramax estrena toneladas de basura, ¿por qué no estrenó ésa?»

Después de terminar *Jersey Girl*, Kevin Smith tuvo un poco de tiempo libre para comenzar *Ranger Danger*, su siguiente película para Miramax. Affleck le pidió que dirigiese *Ghosts of Girlfriends Past,* en Disney. El director le dijo: «No suelo hacer películas con un guión que no he escrito yo, pero, como es tuyo y llega en un buen momento, puede ser divertido.» Una gran producción convencional

podría haber sido un buen negocio para Smith, y en Los Ángeles, su nueva ciudad de residencia durante un tiempo, con su amiguete Affleck. Su trato global con Miramax le permitía dirigir otras películas siempre y cuando no fuera él quien las propusiera; por lo tanto, ninguna razón contractual le impedía hacerla. Sin pensar jamás que los Weinstein le dirían que no, les dijo: «Me gustaría hacerla, pero si decís que no, acataré vuestra decisión.» Prosigue: «¡Y quién lo iba a decir! Dijeron que no. Le pidieron a Disney la mitad de la película, una táctica bastante común. Michael Eisner les dijo que ni hablar.» Según Smith, Harvey y Bob dijeron: «¿Por qué quieres trabajar para Disney? Ellos jodieron *Dogma* y los dibujos inspirados en *Clerks.»*

«No quiero ir a Disney, sólo quiero hacer una película con Ben. Además, ¿no trabajamos todos para Disney?»

«No de esa manera.» Luego Harvey le aplicó a Smith el tratamiento Hallström, es decir, le mostró una parte de sí mismo de la que Smith había oído hablar pero nunca había visto tan de cerca. Dice John Shestack, antes en Artisan y uno de los productores: «Para Kevin, Harvey es una figura paterna distorsionada; fue él quien lo coaccionó para que no la hiciera. Utilizó todas las armas de su arsenal de chantaje emocional, básicamente diciéndole: "¿Cómo puedes hacerme esto? No trabajaré contigo si la diriges."» Affleck le dijo a Smith: «Mira, tío, es probable que Disney te ofrezca exactamente el mismo trato que tienes en Miramax», pero Scott Mosier, el productor de Smith, le recordó: «Sí, Disney quiere que dirijas este guión. Genial, pero ¿qué pasaría si trajeras a Disney un guión como el de *Dogma?* No querrían hacerlo, pero Bob y Harvey sí lo hicieron.» Dice ahora Smith: «Ben quiere lo que Ben quiere, pero Miramax es mi casa. Tuve que pasar.» Smith pidió hacer *Fletch* en octubre y Harvey accedió, y también aceptó darle parte del dinero que el director creía que le debían por películas ya realizadas. Recuerda Harvey: «Kevin dijo: "Pienso tal cosa, pienso tal otra", y yo le dije: "¿Cuánto?" Dijo: "Un millón", y le dije: "De acuerdo." También le di porcentaje en las dos películas siguientes. Se vio escindido entre Ben Affleck y yo. No es que yo le diera el millón para que no hiciera esa película, se lo di porque era leal, porque salió en mi defensa.» Sin embargo, este episodio no hizo más que seguir

envenenando el estanque en el que antes nadaban Affleck y los Weinstein. «Ben decía: "Si haces esto, Harvey, será mejor que pierdas mi número de teléfono"», dice Shestack. «Fue a la guerra, pero no importaba. Harvey sólo hizo lo que él quería hacer.»

Hasta entonces, Miramax no había tenido mucha suerte y no había logrado una nueva cosecha de Afflecks y Damons. «¿Con quién los reemplazas?», se pregunta Smith. «¿Ashton Kutcher? *El indomable Will Hunting* fue casi un milagro. Para ser sincero, no creo que Miramax fomente esa clase de relaciones.»

Tras retirarse de las compras, a Harvey le da rabia que Miramax no pueda alardear de algunas de las mejores películas de los últimos años. En 1999, Searchlight se quedó con *Boys Don't Cry* y Sony consiguió *Corre, Lola, corre*; en el 2000, Paramount Classics compró *You Can Count on Me (Puedes contar conmigo)* mientras Sony se llevaba *Tigre y dragón*; en el 2001, Searchlight estrenó *Sexy Beast* y *En lo más profundo*; Lion's Gate compró *Monster's Ball;* UA, *Ghost World* e IFC, *Memento*. Puede que Harvey siga encontrando esa perla rara aquí y allá, y hasta las películas difíciles y polémicas, porque necesita la credibilidad que dichos filmes le proporcionan, pero, cualesquiera que sean sus motivos, merece que se le reconozca el mero hecho de estrenarlas. Compró *Las hermanas de la Magdalena* mientras financiaba la producción de *City of God*. También le pidió a Tom Tykwer que dirigiese *Heaven* a partir de un guión del fallecido Krzysztof Kieslowski. Dice Tykwer: «Después de la primera impresión que me llevé de él, que fue casi horrenda, durante ese rodaje me sentí totalmente libre para hacer la película que yo quería hacer, y hasta me concedió el montaje definitivo. Y es exactamente la película que estaba deseando hacer. Me hizo algunas sugerencias, y mi primera reacción fue: ¿Qué me está diciendo? Pero la mayoría de las veces, si tienes una reacción enérgica suya, hay a menudo algo cierto en ello.» Pero no es probable que Miramax vuelva pronto y a lo grande al negocio de las compras, a menos que Disney intervenga en su prepuesto anual. En el 2002, Harvey estuvo sin hacer nada mientras Focus se llevaba *El pianista*, película ganadora de la Palma de Oro, del premio BAFTA (British Academy of Film and Television Arts) y el César. UA compró *Bowling for*

Columbine, de Michael Moore, Sony se quedó con *Hable con ella*, IFC estrenó *Mi gran boda griega* y *Y tú mamá también*; Paramount Classics compró *Mostly Martha* mientras Searchlight apostaba por *The Good Girl*. Dice Rudin: «Las películas más modestas y más interesantes ya no son el principal negocio de Miramax. Ahora hay gente que las hace mejor, están acertando en territorios que solían ser propiedad exclusiva de los Weinstein.» Añade Elwes: «Puede afirmarse que han cedido el ramo independiente. Ya no es un negocio para ellos; ahora sólo se trata de no perder la práctica.»

Por perverso que parezca, cuando Harvey encontraba una mercancía valiosa, no la soltaba. Había pagado 5,5 millones por los derechos norteamericanos de *El americano impasible,* basada en la novela homónima de Graham Greene, ambientada en Vietnam y con una injerencia norteamericana como trasfondo; la película cuenta con una interpretación excepcional de Michael Caine y un no tan sensacional aunque sí sólido Brendan Fraser en el papel de implacable agente de la CIA. Harvey había organizado una proyección de prueba en Nueva Jersey el 10 de septiembre de 2001. La puntuación rondó los sesenta, es decir, no fue ni buena ni mala. El director Phillip Noyce y su productor tenían que acudir a una reunión en Miramax la mañana siguiente. «Cuando giramos para entrar en Greenwich, a eso de las nueve menos veinte, vimos un alboroto de gente que corría y que señalaba hacia arriba», recuerda Noyce. «Primero vi un agujero en el edificio, a unas tres cuartas partes de la altura de la torre, y algo que parecía un avión pequeño, de los usados en vuelos cortos, empotrado en el World Trade Center. La cola sobresalía y en ese momento empezaba a verse el humo provocado por el choque, que había ocurrido medio minuto antes. Nos quedamos ahí dos horas, contemplando la tragedia, y nos fuimos cuando se derrumbó el segundo edificio. Finalmente celebramos la reunión dos días después. Los chicos de Harvey nos cantaron "America the Beautiful".»

En octubre el filme tuvo que pasar una segunda prueba; las notas bajaron a treinta puntos. Prosigue Noyce: «En los lavabos algunos comentaron que no apreciaban a los directores que se ensañan con los Estados Unidos.» Harvey también les proyectó *El americano*

impasible a algunos de sus críticos; la película no les gustó. El director la entregó en mayo del 2002 pero no pudo obtener una respuesta de Harvey. Luego, en verano, Gill le dijo a Noyce que la película iría directamente a vídeo. (Gill niega que alguien, y mucho menos él, le haya dicho tal cosa a Noyce.) El director contrató a Mickey Contrell, un veterano publicista independiente. «Se han dejado la piel en este trabajo y de pronto no ven ninguna salida», dice Cottrell. «Parece el cuento de Hansel y Gretel. Harvey los lleva a la hermosa casita de galletas y caramelos y después los mete en una jaula.» Cottrell organizó algunos pases para la prensa –contra los deseos de Miramax– e intentó convencer a Harvey para que proyectase la película en el Festival de Cine de Toronto. Harvey se negó hasta que recibió una llamada de Michael Caine, tan ansioso por que la película se estrenase, que, según Noyce, dijo: «No haré publicidad de *The Actors* [otra película de Miramax interpretada por él] y no volveré a trabajar para ti.»

En Toronto, «no había dossiers el día del pase para la prensa», recuerda Cottrell, que movilizó a los críticos para que presionaran a Harvey. La estrategia funcionó; *El americano impasible* se estrenó en noviembre. Sin embargo, el estreno no significó que los problemas terminasen. «Pasamos unos días horrorosos cuando se estrenó la película», prosigue Cottrell. «Cumplieron las obligaciones contractuales mínimas.» La interpretación de Caine podía aspirar a un Oscar pero, según Noyce: «La película sólo estuvo en cartel dos semanas antes de desaparecer del mapa. La gente me preguntaba cómo podía verla y yo decía: "¿No habéis recibido una copia de las que mandan a los miembros de la Academia?"» De todos modos, Caine obtuvo la nominación a mejor actor (ni el director ni la película fueron nominados) y los más suspicaces pensaron que Miramax dejó de apoyar a Caine porque quería que la estatuilla fuese para Daniel Day-Lewis.

A *El americano impasible* le fue regular; tuvo unas recaudaciones de trece millones en los Estados Unidos y de veinticinco millones a escala mundial. Dice Cottrell: «Habría recaudado esa cifra sólo en los Estados Unidos si Miramax la hubiese apoyado.» Noyce es más comprensivo. «Harvey es un tipo duro, un egomaníaco, y es

draconiano en su interpretación de las leyes que él mismo ha impuesto, pero a pesar de la accidentada historia de *El americano imposible*, estamos mejor con él que sin él.»

En otoño del 2002, Harvey volvió a cargar una vez más su agenda de estrenos, como había hecho en el 2001 y en años anteriores. Miramax estrenó *Frida, El americano impasible, Confesiones de una mente peligrosa, Gangs of New York, Pinocchio, Chicago* y varias películas más. Teniendo en cuenta la magnitud del márketing y la naturaleza y los costes de las películas, era una estrategia de alto riesgo. La actitud de Weinstein era: «Puedo hacerlo todo.» Parecía pensar que, mientras la película llevara la marca Miramax, se vendería sola.

Tras el éxito de *Chicago,* una película que recaudó ciento setenta millones de dólares, puede que la afirmación de Harvey fuese más cierta de lo que sus detractores estaban dispuestos a admitir. Lanzada con una lenta y clásica campaña al estilo de Miramax, *Chicago* se apartó del rebaño para convertirse en el mayor éxito en toda la historia de la empresa. Con todo, el balance final –no los premios– indica que una película rentable al año no compensa, y que algunos de los beneficios de *Chicago* se los pudieron engullir perfectamente las pérdidas de *Gangs of New York*. Según David Parfitt, asesor de producción de Miramax, al final del rodaje los costes gravosos sumaban ciento cinco millones de dólares, a los que hay que añadir otros diez millones por el año y medio de posproducción, y otros cuarenta a sesenta millones para la campaña de márketing, es decir, que el total pudo rondar los ciento setenta millones. Las recaudaciones a nivel nacional fueron sólo de ochenta millones de dólares. *Pinnochio* le costó a Miramax veinte millones y apenas recaudó 3,5. *Confesiones de una mente peligrosa* costó unos treinta y cinco millones y recaudó 15,9; y *Hero,* con un presupuesto de veinte millones, volvió a aplazarse. Miramax se beneficiaba de los mercados auxiliares, incluidos los DVD de *Pulp Fiction* y *Jackie Brown*, mejorados al máximo en ediciones de lujo, y también de películas enviadas directamente a vídeo, como *Seventh Inning Fetch*, productos que hacen dinero pero de los que nadie nunca ha oído hablar, aunque probablemente es más fácil analizar los orígenes del

universo que atravesar las negras nubes que ensombrecen el cuadro financiero de la empresa.

Gangs of New York casi puede servir de modelo para comprender lo que le ocurrió a Miramax cuando empezó a producir películas con presupuestos propios de un gran estudio. En lugar de comenzar con un guión terminado y pasar al cásting –como se solían hacer las películas independientes–, Miramax le cedió al reparto el lugar de honor, y el rodaje principal de *Gangs of New York,* por ejemplo, tuvo que iniciarse sin un guión satisfactorio a fin de adaptarse a las apretadas agendas de sus estrellas de alto voltaje. «Todos sabían que el guión no estaba listo, pero pensaron que no tenían otra opción», dice un ex ejecutivo de Miramax. «Si no empezaban cuando lo hicieron, habrían perdido a los actores y al director. De todos modos, empezaron demasiado pronto.»

Pese a contar con una asombrosa escena inicial en la que las bandas rivales, vestidos todos sus miembros como refugiados salidos directamente del té del Sombrerero Loco, y con una interpretación excepcional de Daniel Day-Lewis, la película es un desastre, sobre todo si se piensa en quiénes la hicieron. El problema más patente, entre otros muchos, es que DiCaprio no es el actor más apropiado para el papel de Amsterdam Vallon, pues no tiene ni la presencia física ni el talento interpretativo para hacerle frente a Day-Lewis; lo que es peor, su personaje, penosamente inferior, desde el punto de vista dramático, al interpretado por Day-Lewis, quiebra el equilibrio entre Vallon y Bill the Butcher. Es el problema de Satán en el *Paraíso perdido*, a saber, que el villano es más humano y atractivo que el héroe, el malhumorado Vallon, que da la impresión de ser un vago algo arrogante. El público se identifica con Bill the Butcher. Vallon necesita desesperadamente elevarse a la estatura de figura trágica, desgarrada por el conflicto que para él significa vengarse de Bill por haber matado a su padre, o adorarlo porque, en efecto, se ha convertido en su nuevo padre. Pero no lo consigue. Tampoco parece tener mucha vida interior, y cuando Jenny Everdeane (Cameron Diaz) le pregunta: *«¿Quién* eres?», habla tanto por boca del público como por boca de su personaje. Nunca lo descubrimos.

Esto no es álgebra pura, sino primer curso de dirección

cinematográfica, pero el ejército de grandes cerebros que trabajaron en la película nunca consiguieron armar a Tentetieso. Según Parfitt: «En Miramax se tenía la sensación de que en los últimos años gran parte del trabajo de Marty había sido muy frío, no inspirado por los personajes, y lo que hubiera salvado a esta película de ser solamente brutal, habría sido enamorarse de los personajes pese a todos sus defectos. Un romance real entre Cameron y Leo, y genuino afecto entre Leo y Daniel. Contrataron a Kenny Lonergan para que trabajase los personajes y los diálogos, pero en la pantalla ese esfuerzo no se vio. Es algo que tiene que darse entre el director y sus actores.» Añade un ex ejecutivo de Miramax: «Se convencieron ellos mismos de que, al fin y al cabo, no era tan mala. "Es Leo, es una estrella. Estará fabuloso cada vez que aparezca en la pantalla."» Y con los tumultos de julio de 1863 intactos, *Gangs of New York* se parecía mucho a una serpiente que intenta tragarse una pelota de playa. Harvey tenía razón. Los tumultos son una espectacular pieza obligatoria que dramatiza un suceso impulsado por fuerzas históricas muy complejas, pero pertenecen a otra película. Es demasiado compleja para explicarla con una lamentable voz en off parecida a una retransmisión de un partido de fútbol.

En la confrontación épica entre Scorsese y Weinstein, el director ganó, pero fue una victoria pírrica en la que se reafirmó lo peor del Nuevo Hollywood –el exceso menos las drogas, presuntamente– con Scorsese dirigiendo su *La puerta del cielo* personal en lugar de *Toro salvaje*. El choque entre director y productor echó verdaderas chispas, pero en cierto modo fue un anticlímax –con Scorsese y Weinstein cumpliendo con las formalidades, casi como Vallon y Bill the Butcher luchando con desgana entre el polvo al final de la película– y ambas partes perdieron. A lo mejor Affleck tenía razón: ya no existe el «Nosotros/Ellos». La insistencia de Scorsese en su integridad creativa en cuanto artista parecía vacía de contenido al tener la película tantos fallos; en cambio, las tentativas de Harvey por hacer valer su autoridad también parecían fuera de lugar. Si el fiasco demostró algo es que la economía del sistema de producción vence a todo lo demás: el genio creativo, la personalidad, las intenciones. Karl Marx habría saltado de contento.

Con *Gangs of New York*, Harvey estuvo al límite –si *Chicago* no hubiese funcionado, es muy probable que ahora se hallase comprando una parcela en el cementerio de la empresa–, pero, al parecer motivado por su célebre pasión por el cine, un ardiente deseo de demostrar que él y Scorsese eran compinches, su adicción (positiva) a apuntarse a todo y un evidente gusto por la autoinmolación, firmó un nuevo trato con Warner y Graham King para comercializar *El aviador*, la biografía de Howard Hughes, también protagonizada por Leonardo DiCaprio y con Scorsese como director. Esta vez la plataforma de lanzamiento del presupuesto se fijó en ciento siete millones, y si *Gangs of New York* puede servir de indicador, quién sabe la cifra que alcanzará. Se dice que Scorsese se quedó de una pieza cuando supo que tendría que vérselas otra vez con Harvey, e hizo saber que el copresidente de Miramax era persona *non grata* en el plató. «Graham King no tenía otro sitio adónde ir», dice una fuente. «Esa película moría si no iba a parar a las manos de Harvey. Fue el último recurso de un hombre desesperado.»

Harvey no prestó atención a *Chicago* en cuanto candidata al Oscar –como había hecho el año anterior con *En la habitación*– hasta que vio que *Gangs of New York*, la película por la que había apostado, fracasaba estrepitosamente. En los dos casos, su instinto lo engañó, pero como ejecutivo de estudio, sopesaba los porcentajes, se guiaba por el mercado y movía su dinero cuándo y dónde las cifras le decían que lo hiciera. No puede decirse que *Chicago* fuese precisamente una película independiente, pero era relativamente barata y divertida; sin embargo, era, una vez más, una película de las que solía hacer Hollywood. Dice Harvey: «Influí más en el montaje de *Chicago* que en el de *Gangs of New York.»* A diferencia de Scorsese, Rob Marshall, el director de *Chicago*, «aceptaba la colaboración. Podía sentarme con Rob en la sala de montaje y decir: "Esto debería avanzar más rápido; esto podemos saltárnoslo"».

Con todo, también *Chicago* dio lugar a la habitual carnicería marca Miramax. Según una fuente, Harvey «atormentó» a Marshall. Un día, el director estuvo a punto de desmayarse en el plató. Richard Gere llamó a Harvey y le dijo algo así como: «Apártate y no seas tan duro

con Rob. No hagas eso delante de la gente; es desmoralizador, es bochornoso. Por favor, ten un poco de clase.» Harvey le dijo a Gere que se ocupase de sus asuntos. (No hemos podido encontrar a Marshall para pedirle sus comentarios.)

Cuando se acercaba la temporada de los premios, *Lejos del cielo* parecía pisar fuerte. Todas las reseñas eran elogiosas, y a finales de año la película había figurado aproximadamente dos veces más que cualquier otra en las listas de las diez mejores confeccionadas por la crítica. El filme de Haynes barrió en el New York Film Critics Awards, donde se llevó cinco premios, incluido el galardón a la mejor película. Recuerda Haynes: «Harvey se acercó a nuestra mesa con cara de arrepentido, casi avergonzado. Ni siquiera me miró a los ojos. Al final dijo, en voz baja: "Todd... lo lamento... muchísimo." Después se puso a contarnos que estaba buscando un terapeuta o algo por el estilo "porque sencillamente no puedo permitir que estas cosas vuelvan a ocurrir".» Moore, que había ganado el León de Oro a la mejor actriz en el Festival de Venecia, y el legendario Elmer Bernstein, autor de la música, parecían candidatos seguros a los Oscar, y las estatuillas al mejor director y a la mejor película tampoco parecían estar muy lejos. Sin embargo, Haynes y Vachon pensaban que Focus apoyaba a *El pianista*, y que, a consecuencia de ello, a *Lejos del cielo* prácticamente la ignoraron. Recuerda Haynes: «La gente decía: "Focus no esta empujando demasiado. ¿No desearíais estar con Miramax?" Yo sólo podía decir que no porque, para mí, lo más importante es, sin duda alguna, terminar la película de la manera que yo quiero. Y que alguien interfiera en el proceso de producción es peor que una campaña de márketing mediocre. Por otra parte, tenía ganas de decir: "Vamos, por favor, no seáis tan cortos. Parecéis ser los últimos en ver que realmente esta película podría ser una seria candidata al Oscar."» Añade Vachon: «*Lejos del cielo* no era un filme de Focus; era un sobrante, un huérfano. Soderbergh tenía razón.» Responde Schamus: «En lo que respecta a los buenos resultados de nuestra campaña de márketing, en esta empresa todos estuvimos dispuestos a morir por esos premios de la Academia. Ninguno de nosotros tenía motivación alguna para que no

fuese así. Perdimos, pero volveremos a intentarlo.» A pesar de todo, este episodio enfrió una vieja amistad.

Pese a la feroz competencia, *Chicago* fue bien recibida por los que concedían los premios –guionistas, productores, directores y los críticos católicos de Nueva York, de Los Ángeles y de todo el país y, en particular, la Foreign Press Association–, lo cual le allanó el camino hacia los premios de la Academia. El 26 de enero, en la ceremonia de los Globos de Oro, un candidato tras otro, incluidos Scorsese, Zellweger y Gere –el más visible de todos–, hicieron todo lo posible por disipar el pesimismo que había hecho presa de Harvey, especialmente después de la publicación, en *The New Yorker,* de un artículo muy duro firmado por Ken Auletta. A Bob lo oyeron quejarse de que nadie le daba ni la hora; Gere dijo que Harvey era «un hombre bondadoso, adorable y tierno al que todos queremos; un poco duro en los bordes, sí, pero con un corazón de oro» y llegó a ridiculizar a Auletta mencionándolo por su nombre. (El piropo de Gere bastó para que la gente se preguntase qué había sido del Dalai Lama. Dice Rudin: «Creo que eso le costó la nominación. Es un pelota.») Teniendo en cuenta que todos los que esa noche elogiaron a Harvey eran empleados suyos o podían serlo en el futuro, los que conocen su *modus operandi* saben que Weinstein apila descaradamente elogios sobre él por mediación de algún representante cuando la ocasión lo requiere, y sospechaban que en ese momento volvía a hacerlo, interpretando al Edgar Bergen del Charlie McCarthy interpretado por Gere.* Dice un ex empleado de Miramax: «Están entrenados para eso. "Catherine Zeta-Jones, tienes que hablar de Renée Zellweger y decir que es estupenda cada vez que te entrevisten. Renée, sube y habla de Catherine. Richard, tú habla de Harvey." Es como hacerse una paja en círculo.»

La semana siguiente, Miramax obtuvo tantas nominaciones (cuarenta) que el *L.A. Times* dijo que la ceremonia, en lugar de los Oscar, sería «los Harvey»: tres de un total de cinco nominaciones a la mejor película *(Gangs of New York, Chicago, Las horas)* eran películas de Miramax de una manera u otra, y los Weinstein tenían crédito de productores asociados en una cuarta, *El señor de los*

anillos. (La quinta nominada era *El pianista.)* Dos directores de Miramax, Scorsese y Marshall, se enfrentaban a Pedro Almodóvar *(Hable con ella)*, Stephen Daldry *(Las horas)* y Roman Polanski *(El pianista)*.

Harvey hizo campaña por Scorsese, le organizó un montón de apariciones públicas y el director aceptó agradecido premios de mal gusto en cada cena a base de pollo de plástico que le ofrecieron de Los Feliz a Santa Monica. En palabras de uno de sus adversarios: «Me maravilla la capacidad de Harvey a la hora de convertir a uno de los mejores directores de la historia del cine en un tipo capaz de lavarte el coche con tal de que lo votes.» Con ese don que tiene para exagerar, Weinstein dio lugar a un escándalo y a una no insignificante reacción cuando indujo al director de *Sonrisas y lágrimas*, Robert Wise, de ochenta y ocho años, a que pusiera su firma en un texto escrito por un asesor de Miramax y en el que se elogiaba a Scorsese. (Habría sido más lógico que Wise apoyara a Marshall por su musical y, de hecho, eso era lo que Marshall esperaba. Ya resentido por la campaña que Harvey orquestó a favor de Scorsese, para Marshall lo de Wise fue una bofetada en plena cara; discutió con Harvey y no asistió a la fiesta que Harvey dio en honor de *Chicago*, que había barrido en los premios del sindicato de actores de cine y televisión.) El apoyo de Wise provocó tal alboroto que, si el artículo se hubiese publicado una semana antes, *El pianista,* que venía imponiéndose con fuerza, podría haber ganado el Oscar a la mejor película. Cuando *El pianista* ganó en Londres el premio a la mejor película concedido por la BAFTA, Miramax entró en pánico. El publicista Swartz comenzó a hablar mal de Polanski, al que llamó «corruptor de menores». El sitio de Internet *Smoking Gun* de repente sacó a relucir una declaración de la víctima de Polanski que databa de treinta y dos años antes, un fuego que los soldados de Miramax, como Roger Friedman desde su sitio en Internet y en «Page Six» *(The New York Post)*, se encargaron de avivar. Todo ello le sugirió a más de uno que detrás de esa revelación estaba la mano de Miramax, si bien nunca se pudo demostrar. Dice Schamus: «Harvey cometió dos errores: no nos arrastró a las alcantarillas y muy públicamente trató el Oscar al mejor director como algo que

podía darle a Marty Scorsese simplemente porque él lo había decidido.»

Cuando Polanski ganó el Oscar, por un momento pareció que el expreso Miramax estaba a punto de descarrilar, pero *Chicago* también ganó, dándole a Miramax su primer Oscar a la mejor película desde *Shakespeare in Love* (1998) y volviendo a poner a Harvey en la cumbre. Sin embargo, con la sorpresa de *El pianista* a algunos les pareció que Harvey salía perdiendo. Después de pasarse meses afirmando que Scorsese no podía perder, cambió radicalmente de postura y dijo que nunca había esperado que ganase después de haber perdido el premio del Directors Guild, que fue para Marshall, y mucho menos cuando vio que a los críticos la película no les había gustado. Pese a los fallos de *Gangs of New York*, el momento en que Scorsese perdió fue realmente triste. Su rostro, enfocado en la pantalla gigante apenas un nanosegundo cuando se anunció el nombre de Polanski, era una máscara trágica, mezcla de sorpresa, consternación y pena. Como si a Harvey le hubieran confiado un jarrón Ming y lo hubiera roto.

EPÍLOGO: EL DULCE MAÑANA

Aunque Miramax haya recogido sus últimos centavos para llevarlos al banco, su legado permanece. Los hermanos Weinstein, además de transformar radicalmente la distribución, fueron los corredores de bolsa del matrimonio del cine independiente con el convencional, una unión que dio como resultado una nueva clase de películas que, además de imponerse, intercambió el ADN con el cine comercial. Amalgama de lo diferente y lo igual, de lo personal y lo comercial, de la voz individual y el cine de género, esas películas se pasaron como películas de Hollywood, si bien conservando el espíritu independiente, por vago y difícil que resulte definir este fenómeno. Los cineastas independientes comenzaron a trabajar en un lenguaje más comercial, y las estrellas se mostraron cada vez más dispuestas a ayudarlos y a alentarlos, no necesariamente porque su carrera necesitaba una liposucción –como les ocurrió a John Travolta y Bruce Willis en los días de *Pulp Fiction*–, sino porque Miramax había conseguido que los *indies* fueran –en palabras de Ethan Hawke– «sexys». La cosecha del 2002, con películas como *Lejos del cielo*, con Julianne Moore y Dennis Quaid; *A propósito de Schmidt*, con Jack Nicholson; *Solaris*, con George Clooney; *Confesiones de una mente peligrosa,* con Clooney y Julia Roberts; *The Good Girl*, con Jennifer Aniston; *Embriagado de amor (Punch-Drunk Love)*, con Adam Sandler; *Adaptation (El ladrón de orquídeas)*, con Nicolas Cage por duplicado; *Las horas*, con Nicole Kidman, y *Retratos de una obsesión,* con Robin Williams, habla por sí misma. Lo mismo puede decirse de los filmes del 2003, como la tríada de Focus: *Lost in Translation*, con Bill Murray; *Sylvia*, con Gwyneth Paltrow, y *21 gramos,* con Sean Penn. Todas ellas son hijas de Miramax aunque sus directores se nieguen a sentarse en las rodillas de papaíto.

Ni siquiera los críticos más feroces de Miramax llegan al extremo de afirmar que el mundo del cine independiente habría sido un lugar mejor si los Weinstein se hubiesen dedicado a la usura, a recuperar automóviles impagados o al reciclaje de residuos sólidos. Dice Spike Lee: «Miramax ha sido algo fabuloso. Hacen lo que tienen que hacer, a la vista o bajo mano, para conseguir las nominaciones.» Añade Rudin: «No creo que la influencia de Miramax haya sido perniciosa. Hay muchas películas que, gracias a los hermanos Weinstein, llegaron a un mayor número de espectadores; eran muy agresivos a la hora de comercializarlas.» Los vehículos para estrellas centrados en la figura del director ya no parecen ser una contradicción en sí mismos; antes bien, son una visión fascinante, la misma que desencadenó la explosión del movimiento independiente en los años noventa. Sin embargo, sigue siendo algo frágil, como lo sugiere la suerte de *Lejos del cielo*.

Tampoco hay que olvidar que Harvey no es Mike Ovitz, el director de Creative Artists Agency de 1975 a 1995. A pesar de una gestión más o menos irregular, los Weinstein han desarrollado una infraestructura viable y creado un valioso archivo filmográfico. Y, por supuesto, Harvey siempre puede apoyarse en Bob. Como demuestra el año 2002, muchos de sus atractivos siguen intactos. Sigue siendo audaz, agresivo, capaz de moverse rápida y resueltamente cuando las principales productoras no pueden o no quieren hacerlo, y sigue teniendo vista para encontrar oro en los vertederos de los estudios. Como señaló Marcy Granata, las estrellas son su «ticket-restaurante», y mientras que en las películas de estudio los papeles sustanciosos son cada vez menos y más raros, él siempre podrá tener la oportunidad de atraer a las estrellas a su establo, siempre y cuando sea capaz de comprar el mejor material y sepa tentarlos y prometerles Oscars. Los cineastas son más cautelosos –él es más brutal con ellos–, pero si las estrellas aceptan, los directores no tardarán en hacerlo. Con todo, es importante también la medida en que Harvey quiera dejar de imitar a los estudios y hacer caso a sus instintos de inversor. Si sigue la dieta Atkins, si se resiste a zamparse enormes bocados de películas ricas en hidratos de carbono –como *Gangs of New York*– y si, en lugar de ello, mete el dedo en sabrosos

platos –como *Chicago*–, las cosas le irán bien, al menos desde un punto de vista estrictamente comercial.

La cuestión es si puede hacerlo. Los proyectos como *Cold Mountain* y *El aviador,* y su nuevo y ostensible interés en productos típicos de los grandes estudios, como *El retorno del dragón*, sugieren que probablemente no pueda. El mercado del cine está en cambio constante; es un teatro de sombras chinescas para formas cambiantes casi imposibles de distinguir. La moda de hoy es basura de mañana y nostalgia de pasado mañana. Para enturbiar aún más las cosas, Miramax, en concreto, es un blanco todavía más móvil. Nunca es sencillo adivinar por dónde saldrá. Dominada por la voluntad de dos hombres, la empresa tiene muy poco espacio para maniobrar, cambiar de dirección y zigzaguear. No obstante, independientemente de todo lo que se retorcieron y gritaron los Weinstein, no hace falta ser el hombre del tiempo para registrar gráficamente su dirección. Es como el calentamiento del planeta, lo que equivale a decir que pese a las fluctuaciones climáticas locales, una helada temprana aquí, una ventisca tardía allá, en fin... ya sabemos lo que podemos esperar. Ahora que Miramax ha pasado al «siguiente nivel» para competir con los grandes, vivirá o morirá según la economía que gobierne al sistema de los estudios; puede, por lo tanto, perder brío.

No obstante, aunque Miramax fuese inmune a la lógica del mercado, la principal preocupación de Harvey siempre será él mismo. Hace mucho que cayó víctima de sus propias informaciones, creadas en la mayoría de los casos, y además, por irónico que pueda parecer, por él mismo. Atrapado en un bosque de espejos, todo ese rollo de «soy rico porque tengo razón» se transforma con pasmosa facilidad en «tengo razón porque soy rico». Su resentimiento, su complejo de inferioridad, su ansiedad por pertenecer a los círculos intelectuales y políticos, su feroz competitividad, su pasión por los famosos y su profunda necesidad de disfrutar del brillo que éstos despiden... todo ello es una fuerza que empuja a Miramax hacia el sol de los estudios y la convierte en infeliz guardiana de la llama independiente, aunque nunca fuera eso exactamente lo que pretendió hacer. Antes bien, lo suyo era alimentar esa llama, avivar

ese fuego hasta convertirlo en una conflagración. Naturalmente, el peligro está en que ese fuego consuma también a Harvey Weinstein. Pese a quien pese, los directores y distribuidores independientes han entrado ya en la era post-Miramax. ¿Qué significa esto para ellos?

En sentido estricto, con la llegada del nuevo milenio y en palabras de Steven Soderbergh: «El movimiento independiente, tal como lo conocemos, ya no existe y es posible que ya no pueda volver a existir. Ha muerto.» Y Miramax lo mató bien matado. Por ello hubo que pagar un precio altísimo. Cierto, es una exageración pero, aunque nociones como la «cooptación» y la «comercialización» puedan descartarse como meros eslóganes de los años sesenta –y Affleck podría decir: «¡Supérenlas!»–, eso no significa que no existan. Hasta puede afirmarse que están más vivas que nunca. En el pasado, un director podía tardar años en pasar de una película de Sundance a una superproducción de estudio –para Soderbergh tuvo que pasar una década entre *Sexo, mentiras y cintas de vídeo* y *Erin Brockovich*–; hoy, en cambio, directores como Bryan Singer pasan de *Sospechosos habituales* a *X-Men* y *X-Men 2*, y los hermanos Wachowski saltan de *Bound (Lazos ardientes)* a *Matrix* en un par de años. Darren Aronofsky firmó para *Batman 5* después de *Réquiem por un sueño*, su segunda película, y ahora está dirigiéndola Christopher Nolan, sólo una película después de *Memento*, su primer gran éxito. Doug Liman pasó de *Viviendo sin límites* a *The Bourne Identity (El caso Bourne)*, y Charles Herman-Wurmfeld, de *Besando a Jessica Stein* a la segunda parte de *Una rubia muy legal 2*. La rentabilidad cada vez mayor de las películas independientes o, al menos, la ilusión de tal rentabilidad, junto con el auge del vídeo y del mercado bursátil, disparado en los años noventa, crearon el motivo (el beneficio) y los medios (el dinero) que corporativizaron lo que una vez fuera un movimiento alimentado por los propios artistas.

Tanto 2002 como 2003 tuvieron la marca de los años récord, y lo

fueron, pero no hay que perder de vista lo que no se produce ni puede producirse en el mundo independiente, con su típica fórmula de un paso adelante y dos pasos atrás. En el mercado actual, es muy probable que Anthony Minghella no pudiese hacer *El paciente inglés*, y mucho menos en Miramax. Dice el director: «Sydney Pollack y yo estamos tratando de hacer una película, *The Assumption of the Virgin*, un proyecto muy similar a *El paciente inglés*, y ha sido durísimo recaudar cinco millones en los Estados Unidos para la distribución a escala nacional, por no hablar de los quince millones que fuimos a pedirle a Fox para hacer *El paciente inglés.»* Como indican los problemas con *Rent*, Spike Lee siempre encuentra dificultades a la hora de conseguir fondos, y parece que las cosas van empeorando. *La última noche (25th Hour)*, su última película, filmada con un modesto presupuesto de quince millones, se rodó para Touchstone, productora preocupada por no tener en su haber ninguna película que pudiese aspirar a un Oscar. La división Disney se negó a hacerla a menos que el director pudiese convencer a un actor como Edward Norton, que trabajó por una fracción de su precio de salida. Dijo el actor: «Lo que le está pasando a Spike es un disparate, el síndrome de Woody Allen. La gente dice: "Bah, si sólo es otra película de Spike Lee."» Lo mismo le pasa a John Sayles: «Cada vez es más duro conseguir financiación... Todo lo que sobrepasa el millón, o los dos millones, hace que las distribuidoras entonen la letanía de los cinco o seis actores de moda que supuestamente pueden "lanzar" una película.»

En su actual estado de deterioro, el cine independiente remeda la cesión de las películas de los estudios, con un desfase aproximado de un lustro. Primero asistimos al ascenso de las películas que dependían de las estrellas; luego, como señala Ethan Hawke: «Incluso a nivel independiente está desapareciendo la película de alcance medio. Ya no se hacen las películas que yo podría haber protagonizado hace quince años. Es probable que las únicas críticas buenas de mi carrera –léase: ninguna– sean las que recibí por *Tape*, una película que no vio nadie. Andrew Niccol, que escribió y dirigió *Gattaca* y escribió el guión de *El show de Truman (Una vida en directo)*, hizo un guión fenomenal, pero no consigue el dinero

necesario para rodar la película, con Ewan McGregor y conmigo en los papeles principales. ¡Y eso que el presupuesto no llega a los veinte millones! Llamé al productor y le dije: "¿Por qué no quieres hacer esta película?" Y me contestó: "El guión es fantástico si te gusta Beckett." Le dije: "Sí, claro que me gusta Beckett. ¿No es una ventaja?" "No, en absoluto. No quiero hacer una película que se proyecte en el Film Forum dentro de veinticinco años."»

No hay que arrodillarse ante el altar de Jim Jarmusch ni alimentarse a base de los cereales Sundance para preguntarse qué le ha ocurrido al movimiento independiente. La películas no aptas, las que nunca serán aptas para las horas de máxima audiencia, como las que les gusta hacer a Rick Linklater, Hal Hartley, Allison Anders y Gus Van Sant (de vez en cuando), y en las que les gustaría trabajar a actores como Ethan Hawke, han desaparecido. «No se puede hacer una película por diez millones», prosigue Hawke. «Linklater tiene un guión increíble, "Scanner Darkly", sobre una historia de Philip K. Dick, y yo quiero trabajar en esa película. Después de *Training Day (Día de entrenamiento)* puedo conseguirte treinta millones si quieres hacer una película de polis y ladrones, pero ahora no encontramos a nadie que nos dé diez millones para ese guión. Tener buenas críticas y ser un director independiente respetado importa una mierda a la hora de conseguir financiación para tu película.» Ahora bien, después de *School of Rock (Escuela de rock)*, Linklater tiene influencia de sobra para hacer una continuación de *Antes de amanecer*, con Hawke (y Julie Delpy), pero ha tardado diez años en conseguirlo.

Hay quien, como Ben Affleck y Matt Damon, trataron su primera película como un paso calculado de su carrera, pero si uno aspira a ser un *auteur* con algo que decir y una manera especial de decirlo, si cultiva una «voz» personal, el camino hacia los Independent Spirit Awards, o sencillamente una fecha de estreno en una sala, no es ni recto ni llano. La historia premia a los ganadores –Soderbergh, Tarantino, los Anderson, Payne, Russell, etcétera– y ellos insisten, como hace Vachon, en que los buenos directores siempre llegan a la cumbre, y desdeñan a los que no llegan tildándolos de perdedores, quejicas o directores de tres al cuarto. Sin embargo, las nuevas

reglas del juego independiente se inclinan marcadamente hacia los resultados de taquilla, con películas no comerciales prometedoras e incluso brillantes que no encuentran quién las distribuya, y dan fe del destino que les esperaba a obras como *L.I.E*. y *The Believer (El creyente)*.

Como consecuencia directa del «volverse sexy», se constata una presión tremenda desde abajo, la de los nuevos directores en ascenso. En palabras de John Sayles: «A medida que han ido avanzando los últimos diez años, han ido haciéndose también muchísimos más largometrajes independientes, y tanto mayor es el porcentaje de los que nunca se estrenan en una sala. Y un porcentaje no mucho más alto de ellos no consigue siquiera llegar directamente al vídeo.» Añade Ethan Coen: «La gran diferencia entre entonces y ahora, desde nuestro punto de vista, radica en que entonces, si tenías una película terminada en 35 mm, era factible que todo el mundo la viese. Ahora, y en parte porque hacer una película es mucho más fácil, es también mucho más difícil conseguir que alguien le eche siquiera un vistazo. Hay muchísimas películas.»

Esta competencia feroz, junto con las obsesiones gemelas de los jóvenes y los nuevos, implica que las oportunidades de fallar son pocas, con lo cual nadie aprende de los errores. No hay sistema de aprendizaje. «La mayoría de los chicos de los años setenta se limitaron a juntar mierda a paladas para Roger Corman; aprendieron el oficio mucho antes de encontrar su voz», dice James Schamus. «Spielberg hizo muchísima televisión; la gente no tiene la menor idea. En cambio, ahora, si le dices a alguien de la Universidad de Nueva York que haga un poco de televisión, es como decirle: "Fuera de mi vista."»

Se suponía que Sundance era el encargado de llenar ese hueco, pero hay una gran diferencia entre trabajar para Corman y trabajar en un taller de Sundance, que dura tres semanas como máximo. Son pocas las óperas primas originales, esfuerzos que terminan en el cajón o que se queman porque faltan segundas oportunidades o porque hay muy pocas. O, para decirlo de otra manera, el cine independiente es casi exclusivamente un cine de primeras películas. «La psicología del independiente norteamericano ha suplantado a la

psicología del autor», prosigue Schamus. «Para mí no es importante que Sundance, en cuanto cultura, haya infantilizado peligrosamente el concepto de autoría, porque la idea predominante es que, cuando se tiene diecisiete o dieciocho años ya eres bastante *auteur* si eso es lo que vas a ser; si no lo eres, estás perdiendo el tiempo. Si le aplicas esa idea a alguien como Coppola, creo que nunca habría llegado a ser Coppola. ¿Qué podría haber dicho él a los veinte años? Tu primera película independiente tiene que ser *tu* película, tu voz. Por eso ahora la presión empieza en cuanto dejas de usar pañales y decides ser un artista. El proceso está convirtiéndose en una broma algo macabra.»

Si la primera película tiene éxito, el director recibe una avalancha de elogios y de ofertas que (él, y con menos frecuencia, ella) no puede rechazar. Añade Kevin Smith: «Un director independiente tiene que producir algo que esté a la altura del bombo creado por lo último que hizo, de lo que él mismo ha auspiciado. La presión es enorme, y la vida es demasiado corta para controlarla.» Si, por el contrario, la primera película es un fracaso, recaudar fondos para la siguiente se convierte en una paliza sin tregua, consistente más que nada en pedir limosna y economizar. Hay tantos directores detrás de tan poco dinero, que hacer la segunda o la tercera película puede ser más difícil que hacer la primera. En cualquier caso, el director, como casi todo el mundo sabe, deja de vivir la vida. Si la primera película trataba de «mi vida hasta la fecha», las siguientes no tratan de nada, o, si uno es Charlie Kaufman, el guionista de *Cómo ser John Malkovich*, serán totalmente reflexivas, acerca del hecho de escribir un guión, por ejemplo.

El paisaje independiente está salpicado de primeras películas (y, a veces, de segundas), promesas que rara vez se cumplen, no necesariamente porque los directores carezcan de talento, sino a causa de la ecología económica y cultural del entorno en el que trabajan. Ejemplos: *Área de servicio*, de Anders contra todas sus obras posteriores; *Vivir hasta el fin*, de Gregg Araki contra ídem; *Pi*, de Aronofsky; *Metropolitan*, de Whit Stillman; *En compañía de hombres*, de Neil LaBute; *El otro lado de la vida*, de Billy Bob Thornton; *Laws of Gravity,* de Nick Gomez; *En la sopa*, de Alexandre

Rockwell; *Sospechosos habituales*, de Bryan Singer; *High Art*, de Lisa Cholodenko; *Shine*, de Scott Hicks; *La increíble verdad,* de Hal Hartley; *Go Fish*, de Rose Troche; *Kids*, de Larry Clark, y *Fresh*, de Boaz Yakim. Dice Linklater: «Una vez que has demostrado que no serás el próximo George Lucas, tus acciones bajan. "Oh, mierda", dicen. Y las cosas no resultan más sencillas, sino todo lo contrario, porque con cada nueva película te defines más y más, muestras cuáles son tus limitaciones. Si no has tenido un gran éxito de taquilla, te vas empequeñeciendo. Recuerdo que asistí a una charla que dio Altman en Houston a finales de los años ochenta. Dijo: "Cualquiera de los que estáis en esta sala tiene más probabilidades que yo de que le financien una película." Y pensé: Qué disparate, pero si es Robert Altman. Pero ahora digo: "En efecto, tenía razón."»

Basta con echar cada año un rápido vistazo al programa del Festival de Sundance para ver que por cada nombre conocido hay diez que no nos suenan de nada, directores que creíamos heridos o abandonados por muertos; y eso en Sundance, que acepta una minúscula fracción de las películas que se presentan. Con los nombres de los cineastas que nunca triunfaron podría confeccionarse una lista de *ubi sunt* casi tan larga como la guía de teléfono de Salt Lake City. ¿Qué pasó con Leslie Harris, que en 1992 tuvo un momento de gloria en Sundance con *Just Another Girl on the IRT*? ¿Y con Susan Streitfeld *(Female Perversions)*? ¿Y con Mark Illsley *(Salvajemente tiernos)*? A juzgar por los resultados de uno de sus objetivos más originales y más nobles –ser un instituto creado para ayudar a los desconocidos–, Sundance ha fracasado. Las mujeres, los aborígenes, los afroamericanos y los pobres siguen sin gozar de igualdad de oportunidades cuando se trata de ponerse detrás de una cámara. Y en lo que respecta a cultivar un entorno protegido de las exigencias comerciales de Hollywood, un entorno en el que los directores puedan crecer, aprender, equivocarse y seguir creciendo, los talleres son muy útiles, pero gran parte de su utilidad se pierde en el frenesí del festival. Los escépticos temieron una vez que Sundance no fuera más que una granja para los grandes estudios, y en eso exactamente se ha convertido. «Si eres un independiente que quiere que Miramax o Focus vean tu película,

Sundance es un trampolín fantástico», dice Sterling Van Wagenen. «Pero si eres un auténtico independiente en busca de un lugar que esté realmente en el borde, sospecho que Sundance no es la respuesta. Si hace veinte años me hubieras dicho que Sundance terminaría siendo lo que es, me habría sorprendido.» Los independientes que estaban en el ajo cuando empezó Sundance –Victor Nuñez, Annick Smith *et altri*– no están hoy mucho mejor que hace dos décadas.

Con todo, si Harvey Weinstein se parece a Terminator, el que regresa de la derrota más fuerte que nunca, Sundance se parece al jinete sin cabeza, levantando polvareda y lanzándose al vacío. Esquizoide, el festival siempre ha remolcado al instituto en la dirección de Hollywood, pero los talleres –bajo el radar– han cultivado la concepción original. A medida que esos talleres evolucionaron, ha ido cambiando también su alcance, no su concepto, complementando el original programa de junio para directores con talleres para guionistas y compositores y con un congreso anual de productores. Si Sundance se las ha ingeniado para hundir su departamento de producción, aún brinda, según Michelle Satter, la heroína nunca elogiada del instituto, «apoyo constante a muchos proyectos y a lo largo de todo su desarrollo –incluidos la ayuda económica, el cásting y los servicios de producción–, un apoyo cuyo propósito es llevar las películas a la fase de rodaje». Y si los cines Sundance fueron un desastre, Sundance Channel, junto con la cadena de salas Loew, estrenó en el 2003 cuatro películas patrocinadas corporativamente, organizando también la distribución en DVD de películas estrenadas en el canal.

Los Weinstein subieron en el globo de Miramax y desaparecieron en el cielo ante los hurras de sus admiradores y las rechiflas de sus enemigos, subiendo todo lo rápido y todo lo alto que les permitió el aire caliente. Pero, en realidad, escaparon del tirón gravitacional del mundo independiente hace muchos años ya, en 1998, después de

Shakespeare in Love, o incluso antes, en 1994, después de *Pulp Fiction*. Y, pese a las muchas formas en que los hermanos miramaxearon y disneyzaron todo lo que se les ponía a tiro, sería un error exagerar su influencia. Las alargadas sombras que proyectan no deberían ensombrecer el hecho de que, en muchos aspectos, Miramax es *sui generis*. Es cierto que remodelaron el paisaje independiente, pero cuando las esporas de los Weinstein aterrizaron en casi todas las distribuidoras independientes de la industria e intentaron invadir los cuerpos de nuevos huéspedes para convertirlos en clones de Miramax, la mayoría de las veces fracasaron. No cabe duda de que Scott Greenstein lo intentó con October, pero nunca consiguió hacerse un traje a la moda de su antigua casa. Aunque todos los estudios querían que su recién nacida división independiente se convirtiera en «la nueva Miramax» –la cantinela siempre ha sido la misma: «October, la nueva Miramax», «Artisan, la nueva Miramax», «USA, la nueva Miramax», e incluso hoy, «Focus, la nueva Miramax»–, ese sueño nunca se hizo realidad porque hace falta cierta clase de personalidad para crear una nueva Miramax, hace falta crueldad y decisión para podar películas y para dejarlas que se pudran en los estantes, para «enterrarlas», como tantas veces ha dicho Harvey. Los métodos de los Weinstein eran contrarios a la manera en que las compañías independientes se han comportado tradicionalmente, y la mayor parte de los ex empleados de Miramax no tenían estómago para aplicarlos. Por eso crearon empresas más suaves. Por regla general, las nuevas empresas se han definido como anti-Miramax.

La vida después de Miramax, entonces, con los Weinstein ya fuera de juego (o, para ser exactos, sin los Weinstein en juego), puede ser menos espectacular, pero sin duda alguna será más civilizada; la industria recuperará pare de la sensibilidad colegiada que tuvo en su primera infancia, sobre todo gracias a la reaparición de incondicionales del cine independiente como Bingham Ray y el otorgamiento de poderes a jugadores sensatos como James Schamus, David Linde y Mark Gill en la nueva Warner's Independent Pictures. «Ahora que Miramax se ha hecho a un lado, las otras distribuidoras no tendrán que pagar tanto dinero por las películas

que les gusten», dice Cassian Elwes. «Los productores, los directores y los agentes ya no ganarán tanto porque Miramax no paga precios exagerados; sin embargo, al final de la jornada las películas van a seguir encontrando quien las distribuya. Es sano para el negocio.» Sin la demencial competencia creada por la burbuja de las compras, al menos en lo que atañe al futuro previsible, y sin los «disneydólares» que Harvey soltaba sobre la mesa de juegos de Sundance, es posible que sean los auténticos cineastas, más que los aspirantes termodirigidos, los que rescaten al movimiento. Es posible.

De hecho, más importante para el futuro del movimiento que la presencia o la ausencia de Miramax, es, quizá, el estado de los estudios. A principios de la década, el mundillo independiente era mayoritariamente reactivo; su imagen, sus sentimientos, sus intereses y sus actitudes venían determinadas por lo que los estudios hacían o dejaban de hacer. A medida que fue avanzando la década, los dos mundos se acercaron mutuamente: los estudios crearon sus divisiones de cine independiente y los independientes les respondieron con películas «Indiewood», pero fue un baile peligroso, al menos para los *indies*. Pese al aluvión de películas con «espíritu independiente» estrenadas en 1999, y otra vez en el 2002 y 2003, los independientes se equivocan si buscan en los estudios algo más que un cable ocasional. En primer lugar, los estudios son criaturas volubles y no tienen gran cosa que pueda definirse como proyecto a largo plazo o estrategia coherente. Un año hacen *American Beauty*; el otro, *Gladiator*. Las películas independientes y las de los grandes estudios sólo convergen para volver a divergir. Los estudios no están ahora en mejores condiciones que antes en lo que respecta a comercializar películas independientes, y cuando compran o crean sus propias divisiones especializadas, a menudo las tratan como a huérfanas, las dejan morir, las olvidan. Tampoco es la burocracia de los estudios el camino más apto para la sensibilidad independiente, tan propensa al riesgo, y que tan útil les resultó a los Weinstein. Los ejecutivos más longevos son los más conservadores, como Sherry Lansing, de Paramount. En cambio, a Bill Mechanic, que forzó la marcha en Fox lanzando *El paciente inglés* y *Traffic*, junto con

Bulworth y *El club de la lucha*, se lo llevó la escoba de Rupert Murdoch cuando se produjo el «cambio de régimen». *Pulp Fiction* aparte, *Tres reyes* fue la película más importante de la última década porque demostró que un director independiente podía colarle a un estudio una película ambiciosa con ideas de izquierda y una estética atrevida; y a un estudio llamado precisamente Warner, uno de los más conservadores. Lorenzo di Bonaventura, el ejecutivo que luchó por *Tres reyes*, se fue a la calle después de meterse en líos con Alan Horn, el director ejecutivo de Warner, que lo había criticado por hacer películas «demasiado oscuras», como *Training Day*. En última instancia puede ser más sencillo, y sin duda alguna más rentable, que los estudios vuelvan a hacer lo de siempre, centrándose exclusivamente en la clase de películas que saben hacer: películas basadas en tiras cómicas, segundas partes, comedias bastas y versiones esteroideas de viejas series de la edad de oro de la televisión. Además de tener en cuenta las restricciones económicas, ellos piensan en el saldo final, no en los Oscar, en obtener unos beneficios modestos y en atraer nuevos talentos a su redil. Es posible que pierdan todo interés en los departamentos de «clásicos».

Como siempre, el peligro está en que, si siguen haciendo de vez en cuando una película «Indiewood», los pares de Payne, David O. Russell y los Anderson terminen devorados por los estudios. Como reconoció Bob Shaye, de New Line, en caso de que alguien estuviera preguntándoselo cuando se defendió contra la acusación de haber vuelto a montar *A propósito de Schmidt*: «No somos un templo cultural.»[*] Añade Ted Hope: «Cuando empecé a trabajar, los Jim Jarmusch, los Hal Hartley, los primeros Todd Haynes, apuntaban a un arte diferente y el público parecía responder bien, pero cada vez resultó más difícil conseguir dinero para hacer esa clase de películas; en cambio, sí se podía conseguir financiación para las que realmente podían dar un paso adelante y competir por los premios de la Academia. Pero entonces, las películas especializadas se habían convertido en mero cine de calidad de bajo presupuesto y con posibilidades de ganar un Oscar.»

Además, como descubrió Russell, hay una cuota de sistema para películas independientes montadas en los estudios. Antes de que Di Bonaventura se marchase de Warner, Russell colocó aquí su nueva película, *Extrañas coincidencias.* Todavía le debía una a Miramax, pero ni él ni Warner querían asociarse con Harvey. No obstante, Russell dice: «Nada de ir a juicio. Intentamos evitarlo por todos los medios y decidimos hacer un trato, que Warner fuese el socio productor para no tener que tratar con Miramax. Puesto que Warner no sabe distribuir una película interesante, Miramax sería la encargada de distribuirla a nivel nacional. Era lo mejor de ambos mundos.» Es decir: hasta que Di Bonaventura se marchó y Russell descubrió que ni Warner ni Miramax defenderían su proyecto, que tenía un modesto presupuesto de veintidós millones y un reparto en el que figuraban Jude Law, Naomi Watts, Dustin Hoffman, Lily Tomlin e Isabelle Huppert. «Es entonces cuando aparece todo el jodido tema de las estrellas», dice Russell. «Yo pregunté: "¿Cómo pudisteis hacer *Confesiones de una mente peligrosa* –una película que me habían ofrecido un par de años antes, pero que no hice porque vi que no trataba de nada parecido a un tío al que le gustaba tirarse a las tías y decir que mataba a la gente a balazos– sólo para iros a la cama con George Clooney?" Claro que si pueden hacer una película con una gran estrella no se lo piensan dos veces; eso fue lo que hizo Fox con *Solaris.»*

Russell intentó vender su proyecto. «New Regency gastó cuarenta y cinco millones en *Life or Something Like It*, un proyecto con Angelina Jolie y Ed Burns», prosigue el director. «Por eso empezaron a aplicar una política de austeridad. Llegué yo con mi película, pedí doce millones y medio y me dijeron que no. ¿Tengo yo que pagar los estúpidos errores ajenos? Lo mismo ocurrió en Universal. Se gastaron muchísimo en la nueva versión de *Charada* dirigida por Jonathan Demme. Pese al respeto que me merece, Demme se pulió allí todo el capital para proyectos independientes. Lo despilfarró. Y lo mismo puede decirse de Payne en Sony, que se acababa de gastar más de cincuenta millones en *¿De qué planeta vienes*? Después, a Alexander no le dieron nada para *A propósito de Schmidt,* y la

sacaron a subasta. El clima para las películas de los independientes no es favorable si no cuestan menos de diez millones de dólares.»

Al final cerró el trato con Fox Searchlight, que también está produciendo la nueva película de Payne y que en el 2003 obtuvo buenas recaudaciones con *28 días después*, de Danny Boyle; *13*, de Catherine Hardwicke, y *Quiero ser como Beckham*, de Gurinder Chadha. «No cabe duda de que a Miramax no le interesa cierta clase de películas arriesgadas o a las que tenga que dedicar ternura y atención para venderlas», prosigue Russell. «No. A Harvey lo que le va es el polvo de estrellas, él tiene que tratar directamente con la gran estrella, como Clooney. Está aburrido, eso es todo. Ahora es Fox Searchlight la que se dedica a eso.»

Sin embargo, la buena noticia es que, a finales de la década, los independientes habían creado su propia infraestructura, sus distribuidoras –tanto los departamentos asociados con estudios, con los bolsillos repletos, como las compañías no asociadas que buscaban a independientes a la antigua, los desafiados por las estrellas–, su brazo de presión, el IFP, sus propios medios de comunicación (indieWire, *Filmmaker*, etc.) y, por último, aunque no menos importante, también su propia base en las agencias, como lo demuestra William Morris Independent, dirigida por Elwes. Estos cimientos institucionales les dan por primera vez influencia ante los estudios, convirtiendo en agua pasada el síndrome de la primera película. En palabras de la abogada Linda Lichter, los agentes como Elwes, Robert Newman y John Lesher «han encontrado dinero para ellos; así no tendrán que pedir limosna cuando quieran hacer la siguiente película y podrán tener una auténtica carrera».

La contradicción que siempre ha atormentado a Sundance refleja la contradicción que se esconde en el seno del fenómeno independiente: ¿es el mundo del cine independiente un lugar en el que los estudios desarrollan a los futuros talentos, una granja para los grandes estudios? ¿O es un mundo autónomo, con sus propios valores y su propia estética, fuera del empuje gravitacional del sistema e incluso contra dicha fuerza? El extraordinario éxito de los independientes en los años noventa, un éxito debido en gran parte a Sundance, Miramax, Sony Classics, October y otros, se produjo por

ser ambas cosas: una alimentaba a la otra. «El propósito de hacer una película fuera del sistema tiene que ver con que no te jodan la vida», prosigue Lichter. «Y la película que haces lleva tu sello. Luego, cuando los peces gordos empiezan a llamar a tu puerta, lo hacen por quién eres, por lo que puedes aportarles, no porque puedan controlarte. Antes que hacer una para ellos y una para ti, puedes hacer una para ti que tanto ellos como tú queráis hacer. El impacto de los independientes en el sistema de los estudios es que, de repente, ellos quieren lo que nosotros tenemos. Por supuesto, has de ver si puedes hacerlo en las condiciones que tú exiges sin que el sistema te coma vivo. David O. Russell lo hizo con *Tres reyes*, pero no sé si alguien podrá volver a hacerlo.»

Nada podía haber iluminado más a la nueva camada de independientes que la lección de realidad que los estudios les dieron el 30 de septiembre de 2001, cuando Jack Valenti, a todas luces respaldado por los siete grandes, más DreamWorks y New Line, anunció la decisión de dejar de enviar copias promocionales (en vídeo o DVD) a los miembros de la Academia, a las asociaciones de críticos y a los gremios. La decisión se tomó de improviso en el período previo a los premios de ese año, ya acortado por el hecho de que la ceremonia se adelantara de marzo a febrero de 2004. La nueva política, encabezada según se dice por Barry Meyer, director ejecutivo de Warner, que permaneció en la sombra, y anunciada por Jack Valenti, de ochenta y dos años –un veterano lobbista de la MPAA, ya a punto de jubilarse–, apuntaba a poner freno a la piratería rampante que tanto había perjudicado a la industria discográfica. Sin embargo, el efecto de esta disposición habría sido, y aún puede ser, devastador para los independientes, especialmente para los que están en manos de los siete grandes, los que dependen de esas copias para allanar el terreno de juego. Algunos independientes llegaron al extremo de acusar a los estudios de conspirar para quedarse con las estatuillas y reducir su capacidad de competir. Dice Bingham Ray, de UA: «La pura verdad es que fue un trámite expeditivo de Barry Meyer. Lo que es bueno para el pavo es bueno para la pava, está clarísimo. Creo que, en parte, tiene que ver con la piratería, pero lo que todos sabemos, aunque nunca podamos

probarlo, es que también se trata de los estudios, que reivindican para ellos el proceso de la Academia.» Añade Christine Vachon: «Es una auténtica cortina de humo. Lo que está claro es que la gente se cabrea porque año tras año los independientes se llevan la parte del león. No me cabe ninguna duda de que el punto fundamental es volver a centrar la atención en las películas de los grandes estudios.» Los distribuidores indignados también cuestionaron el calendario de la decisión y la falta de consultas con los más afectados, por ejemplo, las divisiones de películas independientes. (Por irónico que parezca, las «verdaderas» compañías independientes, no asociadas a ningún estudio, como IFC Films, Lion's Gate, Newmarket, Strand y Artisan, habrían seguido disfrutando de la libertad de enviar copias promocionales.)

Sin embargo, la objeción más grave es también la más obvia: no son las modestas películas independientes –con voz personal y detalles locales– las que corren el riesgo de ser pirateadas; la mayor parte de las veces son difíciles de entender en el extranjero. Antes bien, son las grandes películas de estudio, las películas de acción, como las dos de Warner estrenadas el pasado otoño: *El último samurai*, un vehículo a la medida de Tom Cruise producido por Ed Zwick *(Shakespeare in Love),* y *The Matrix Revolutions* y *El señor de los anillos: El retorno del rey,* de New Line, una división de Warner.

Dejando a un lado los méritos del argumento, sí hubo algo que fue volviéndose cada vez más patente: pese a la explosión del *indie power* en los años noventa, pese a la innegable viabilidad de su modelo económico y a su creciente visibilidad, desde el punto de vista de los estudios las divisiones independientes eran tan intrascendentes, que ellos podían sencillamente hacer como si no existieran. «Mi único deseo es que los estudios tomen suficiente nota del negocio especializado para conspirar contra él», señala Ted Hope. «La manera en que se desarrolló todo demuestra el poco respeto que tienen por nosotros. Sólo somos un problema pasajero en sus organigramas y sus cuentas de ingresos y gastos. Les importamos un rábano.» La piratería era un punto de primordial importancia, y si la prohibición de las copias promocionales causó, en efecto, unas cuantas bajas colaterales, eliminando a algunos

independientes de la carrera por los Oscar, los estudios estaban más que dispuestos a sacrificarlos en el altar de la protección contra la piratería, sobre todo, como supusieron entonces Ray, Vachon y otros, si eso les allanaba el camino. Además, los hechos parecieron demostrar que la ilusión de independencia que con tanto cuidado cultivaban estas divisiones era exactamente eso: una ilusión. A la hora de la verdad, fueron incapaces de actuar con independencia de sus padres, los estudios.

Con todo, algo gracioso ocurrió camino de la aplicación de la nueva regla, pues levantó no poco revuelo entre los independientes y sus amigos. Dijo el productor Jeremy Thomas: «La gente que ha instaurado esta norma vive en la Edad Media. Las películas etiquetadas como especializadas viven de los premios; es la modesta prima que les reporta una nominación lo que hace que ese negocio sea rentable.» Un Oscar en una categoría importante puede significar, para una distribuidora independiente, diez o quince millones de ingresos adicionales. «Cuando me enteré, pensé que se trataba de una broma», añadió Amir Malin, director ejecutivo de Artisan. «Es una gran injusticia y una reacción visceral ante la piratería.» Robert Altman, que había sido casi un marginado la mayor parte de su carrera, captó el mensaje enseguida y montó en cólera. «Es una jugada digna de Karl Rove, el asesor de Bush. No está nada bien.» Lejos de sentirse impotentes, los independientes movilizaron a los actores, a los críticos y a los grupos de la industria susceptibles de ser afectados por la onda expansiva del precipitado y no muy bien planeado *Diktat* de los estudios. A Valenti y a los más importantes los pillaron por sorpresa. Se organizó el contraataque: lo hizo, por supuesto, Bingham Ray, con una ayudita de sus amigos. Poco después de anunciarse la instauración de la nueva regla, a finales de septiembre del 2003, Ray empezó a atacar por teléfono. «Llamamos al IFP, en Nueva York y Los Ángeles, y ellos motivaron a un grupo importante. Lo cierto es que el movimiento fue aumentando», dice Ray. «Pedimos a la gente que escribiese cartas a Altman, a Scorsese, a Coppola. Llamamos a amigos y éstos llamaron a los suyos. Fue una campaña con todas las de la ley, de guerrilla clásica. Se movilizaron las bases.»

Ray organizó una sentada en el Hotel Four Seasons de Nueva York, con las «seis familias», como le gusta decir a Kevin Smith: UA, Sony Classics, Focus Features, Paramount Classics, Fine Line y Miramax, que enterraron sus diferencias y se reunieron por primera vez en una misma sala. (En realidad, Tom Bernard no estaba muy dispuesto a compartir la mesa con Harvey, y sólo se puso en contacto con el grupo por teléfono. También Ruth Vitale y David Dinerstein, de Paramount Classics, se conectaron telefónicamente.)

Al principio, Harvey acató la disciplina de los estudios. En *Variety* citaron esta frase suya: «Yo respetaré esta prohibición si se impone para combatir la piratería.» En la reunión celebrada en el Four Seasons, Harvey se sentó al fondo, alegando que a él la Academia ya lo vigilaba, y que, si él fuese a desempeñar un papel preponderante, los medios de comunicación contarían que se trataba de una contienda entre él y Michael Eisner. «Esto no tiene que convertirse en una guerra de Harvey contra Disney», dijo. «Es algo más grande que yo.» Sin embargo, se rumoreó que Harvey al principio les había dado largas, pensando que Miramax era demasiado importante para resultar afectada por la prohibición. Dice Hope, productor de dos películas estrenadas ese otoño y que seguramente resultarían perjudicadas –*American Splendor*, de Shari Springer Berman y Robert Pulcini, y *21 gramos*, de Alejandro González Iñárritu–: «Me pareció raro que alguien como Harvey no adoptara una postura clara cuando saltaba a la vista que era una cuestión apoyada por la totalidad de la comunidad de creadores. Es uno de los más combativos y vociferantes, pero no se arriesgó. En mi opinión, hoy a él le importan los récords de taquilla, como *Cold Mountain*, no las películas especializadas para determinado nicho. Él podría haber conseguido muchos apoyos. La verdad es que se trata de la muerte de toda una época.» Ray no está de acuerdo: «Creo que Harvey ha hecho un muy buen trabajo.»

Bernard pensaba que la idea de que los miembros de la Academia pirateasen las películas independientes era totalmente ridícula, y les sugirió hacer un dibujo animado en el que aparecieran con andadores y sombrero de pirata, algunos DVD en la mano, abordando un barco con la bandera de la calavera y los huesos.

Harvey dijo que conocía al presidente de eBay, y que si le pedía que dejase de vender películas lo haría. Con Harvey al margen, el grupo seleccionó a Ray como portavoz. Pero, en cuanto lo hicieron, sonó el teléfono. Respondió Harvey. Mirando a Ray, e incapaz de pronunciar el nombre de su jefe –Alex Yemenidjian, director ejecutivo de MGM Pictures–, Harvey balbuceó: «Es Alex, Alex Yemen... Yemen... Yemenegian...» Yemenidjian no se alteraba fácilmente. Era célebre por su aplomo, y rara vez se asustaba. A Ray le recordaba a Sam Goldwyn, su antiguo jefe. «Para hacerlo reaccionar, había que matar a la mujer delante de él, en serio», recuerda. Sin embargo, esta vez consiguió que Yemenidjian reaccionara –se puso furioso–, y que reaccionara asimismo Chris McGurk, que también estaba en línea y que había aguantado una bronca de Yemenidjian por culpa de Ray. Éste les dijo a sus amigos, incluido Bernard, que al parecer Valenti había llamado a Yemenidjian a las seis de la mañana para decirle: «Eh, vuestro hombre ha salido en portada de las revistas, ¿qué coño pasa?» Yemenidjian se abochornó, como si alguien le hubiera dicho que era incapaz de controlar a su gente. Según Bernard, Yemenidjian insistió en que el problema era la piratería; Ray dijo que no. La cosa se puso fea, el ambiente se fue caldeando y... –siempre según Bernard– Yemenidjian, sin decirlo expresamente, le dio a Ray a elegir entre callarse la boca o marcharse. Se hizo un largo silencio. Yemenidjian preguntó: «¿Sigues ahí?» Ray contestó: «Me lo estoy pensando.» Como más tarde le dijo a Bernard: «Se parece a esa frase de Jack Benny: "¿La bolsa o la vida?" Pausa. ¡Me lo estoy pensando!» Esa noche, al volver a casa, Ray le dijo a su esposa: «Nancy, ¿cuánto dinero tenemos en el banco?»

«¡Oh, no, por Dios! ¿Más dramas?»

«Sí, siempre hay algún drama.» Dice ahora Ray: «Cuando Alex me dijo que diera marcha atrás, obedecí. Me sentí mal, un asqueroso vendido, pero tenía un hijo que educar.»

Se cuenta que Robert Friedman, el presidente de Paramount, llamó a Vitale y a Dinerstein, de Paramount Classics, mientras éstos hablaban por teléfono con el grupo reunido en el Four Seasons, y que también consiguió su silencio. En esos días la industria cinematográfica esperaba ciertos favores del Congreso –mejor

protección del copyquote-sign, concesiones comerciales, etc.–, y ningún estudio podía permitirse ser «blando con los piratas». Al parecer, Howard Stringer, presidente y director ejecutivo de Sony, nunca entendió la lógica de la prohibición, que aceptó a regañadientes, movido tal vez por esta amenaza: él y su empresa serían el blanco de una campaña publicitaria que afirmaría que estaban a favor de la piratería. Al fin y al cabo, Sony fabricaba los aparatos utilizados para copiar vídeos y DVD.

El grupo eligió a James Schamus –probablemente el único con un título universitario– para que recabara sugerencias y las convirtiera en una carta de mil palabras dirigida a «Querido Jack», carta que enviarían a Valenti. Luego, Schamus, Harvey y Michael Barker llamaron a Valenti por teléfono. «El consumidor tiene una actitud totalmente cínica respecto de las empresas que hacen el producto; las consideran corporaciones gigantescas y codiciosas que quieren controlarlo todo y eliminar todo lo interesante, todo lo que lleva el sello de lo único, de lo personal. Pretendiendo combatir la piratería, en una semana se han creado precisamente las condiciones de mercado que han destruido a la industria discográfica.»

Al principio, la actitud de Valenti había sido: Me falta poco para la jubilación (lo había dicho en reiteradas ocasiones). «Si en esta película hay un malo, ése soy yo.» Pero Schamus recalcó: «Éste es tu legado, Jack; por esto te van a recordar. Es un momento decisivo, no tendrías que marcharte de esta manera.» Valenti no es estúpido, y tomó partido, en cierta manera, a favor de ambos argumentos. Pocos días después se alcanzó un acuerdo provisional: se podrían enviar cintas, como siempre, pero no DVD, a los miembros de la Academia, no a los gremios y a los periodistas, como se había hecho hasta entonces; la cuestión se volvería a someter a examen más adelante.

Las divisiones de películas independientes respiraron aliviadas, pero no sin sospechar algo. A falta de un método sistemático para tratar el tema de la piratería, a muchos la medida les pareció un mero remiendo para que dejaran de alborotar y así, como dijo Bernard, «Jack podrá tener su crepúsculo en paz.»

El 31 de octubre, Harvey intervino con una firme denuncia de la

nueva regulación en una columna especial de *Variety*. «Esta prohibición [es] una grave amenaza a la posibilidad de llevar las películas independientes y extranjeras a un amplio público», escribió. «Perder el potencial reconocimiento que otorgan los galardones a esta clase de películas es algo que amenaza directamente a su capacidad de llegar a los espectadores. No podemos cruzarnos de brazos y ser meros observadores.»

Esta rencilla familiar dejó mal sabor de boca. De repente, todo el mundo vio con claridad que, pese a la incestuosa mezcla de fluidos corporales vitales que tuvo lugar durante los años noventa, el reinado de Miramax y Sundance, un abismo seguía separando a los estudios y las divisiones de películas independientes, por no hablar de los «auténticos independientes», los no afiliados. El esquema era aún «Nosotros/Ellos», algo que, probablemente, es bueno. Las divisiones independientes, aunque fueran de la exclusiva propiedad de los estudios, eran capaces de dar su propia lección de realidad. Los que las dirigen se diferencian de los contadores de alubias que vigilan las puertas de los estudios. Después de la pelea de Ray con Yemenidjian, McGurk lo llamó y le dijo: «Quiero decirte, Bingham, que contigo nunca me aburro. Pero sí me agoto. Sabes que tendrás problemas y que serás un problema vayas donde vayas, trabajes con quien trabajes o para quien trabajes. Es tu carácter.»

«¿Ahora llegas a esa conclusión?»

Añade Ray: «Sí, vaya donde vaya... Es lo único coherente en mí. A algunas de esas personas consigo sacarles lo mejor y lo peor, pero todo ese asunto fue por dinero; sigo creyendo que hay decisiones que se toman sin que estén motivadas por los beneficios económicos. El mundo independiente no es igual al de Hollywood. Los motivos son otros, los objetivos son otros; la gente no quiere forzosamente ser rica y poderosa, sino, en primer lugar, fomentar el arte. Piensan que todo lo demás se arreglará solo. Ésa es la parte ingenua de la cuestión, pues las cosas no suceden así. Ni siquiera se puede hablar de eso con seriedad; la gente se te reiría en la cara. Sin embargo, una gran parte de mí cree de verdad en eso. Y siempre lo creerá.»

PERSONAJES

No se incluyen en esta lista a todas las personas mencionadas en el libro, sino solamente a aquellas que aparecen varias veces o en apartados bien separados entre sí, de interés para el período abarcado.

Ben Affleck: actor, *El indomable Will Hunting, Persiguiendo a Amy, Shakespeare in Love, Dogma;* coguionista de *El indomable Will Hunting.*
Allison Anders: directora, *Área de servicio, Mi vida loca, Four Rooms*.
Paul Thomas Anderson: director, *Boogie Nights, Magnolia*.
Wes Anderson: director, *Bottle Rocket, Rushmore*.
Gregg Araki: director, *Vivir hasta el fin, Totally Fucked Up, Maldita generación*
Darren Aronofsky: director, *Pi, Réquiem por un sueño*.
Bille August: director, *Twist and Shout, Pelle el conquistador*.
Roger Avary: *Pulp Fiction* (comparte el crédito del argumento con Quentin Tarantino); director/guionista, *Killing Zoe*
Michael Barker: copresidente de Sony Classics; antes en UA Classics y Orion Classics.
Gary Beer: presidente –en diversas épocas– de Sundance Group; vicepresidente ejecutivo del Sundance Institute, etc.
Lawrence Bender: productor, *Reservoir Dogs, Pulp Fiction, El indomable Will Hunting*
Albert Berger: productor, *El rey de la colina, Election, Cold Mountain*.
Tom Bernard: copresidente de Sony Classics; antes en UA Classics y Orion Classics.
Bernardo Bertolucci: director, *Antes de la revolución, El conformista, Novecento, El pequeño Buda*
Frank Biondi: presidente y director ejecutivo de Universal Studios.
Jason Blum: vicepresidente de compras y coproducciones, Miramax.
Lizzie Borden: directora, *Born in Flames, Chicas de New York, Crímenes de amor*
Eamonn Bowles: vicepresidente de compras y márketing, Miramax.
Danny Boyle: director, *Shallow Grave, Trainspotting*.
Alison Brantley: directora de compras, Miramax.

Betsy Brantley: actriz, *Habana, Schizopolis.* Casada con Steven Soderbergh.
Alan Brewer: amigo de infancia de Harvey Weinstein; director musical, *The Burning, Playing for Keeps*
Edgar Bronfman, Jr.: director ejecutivo de Seagrams, sociedad de Universal.
Tina Brown: redactora jefa de la revista *Talk*.
Stuart Burkin: departamento de posproducción, Miramax Films.
Jane Campion: directora, *Sweetie, El piano, Retrato de una dama*.
Vincent Canby: crítico del *New York Times*.
Simon Channing-Williams: productor de las películas de Mike Leigh.
Eve Chilton: casada con Harvey Weinstein.
Larry Clark: director, *Kids*.
Joel y Ethan Coen: directores, *Sangre fácil, Arizona Baby, Muerte entre las flores*; productores, *Bad Santa*
Matthew Cohen: vicepresidente de márketing y publicidad, Miramax.
Dick Cook: presidente, Walt Disney Studios.
Matt Damon: actor, *El indomable Will Hunting, Dogma, Todos los caballos bellos;* coguionista, *El indomable Will Hunting*
Daniel Day-Lewis: actor, *Mi pie izquierdo, Gangs of New York*.
Mike de Luca: presidente de producción, New Line.
Guillermo del Toro: director, *Cronos, Mimic*.
Dalton Delan: vicepresidente de programación y director creativo, Sundance Channel.
Ira Deutchman: socio fundador y presidente de márketing y distribución, Cinecom; director de Fine Line Features.
Tom DiCillo: director, *Johnny Suede, Vivir rodando*.
David Dinerstein: vicepresidente de márketing, Miramax.
Pat Dollard: agente (Steven Soderbergh, su cliente).
William A. Donohue: director de la Liga Católica de Derechos Civiles y Religiosos.
Jim Doyle: amigo de Harvey Weinstein de los tiempos de Buffalo y empleado de Miramax en los años ochenta.
Denise Earle: directora.
Steve Earnhart: posproducción, Miramax; director, *Mule Skinner Blues*
Cassian Elwes: agente, William Morris.
Larry Estes: vicepresidente de compras de largometrajes para Columbia/ TriStar Home Video; financió *Sexo, mentiras y cintas de vídeo, Área de servicio, Un paso en falso*
Nikki Finke: cronista cinematográfico.
Jack Foley: presidente de distribución, USA Films; ex vicepresidente de distribución, October Films; presidente de distribución, Miramax.
Jean-François Fonlupt: presidente, CiBy 2000.
Alberto Garcia: director, Festival de Cine de Sundance.
Donna Gigliotti: presidenta de producción, USA Films; ex vicepresidenta

ejecutiva de Miramax Films.

Mark Gill: vicepresidente de márketing y presidente de Miramax Films en Los Ángeles.

Geoff Gilmore: director del Festival de Cine de Sundance.

Eric Gitter: productor, *O*.

Richard Gladstein: vicepresidente de producción, Miramax Films; ex vicepresidente de producción y compras, Live Entertainment.

Ed Glass: socio, Glass/Schoor Films.

Susan Glatzer: vicepresidenta, October Films.

Ernst Goldschmidt: vicepresidente, Pandora Films.

Sam Goldwyn: presidente, Samuel Goldwyn Company.

Carlos Goodman: abogado especializado en espectáculos.

Cary Granat: presidente, Dimension Films.

Marcy Granata: presidenta, relaciones públicas, Miramax Films.

James Gray: director, *Little Odessa, La otra cara del crimen (The Yards)*

Scott Greenstein: presidente, USA Films.

Janet Grillo: vicepresidenta, New Line, casada con David O. Russell.

Ulu Grosbard: director, *Straight Time, Confesiones verdaderas*.

Nicole Guillemet: vicepresidente y gerente general, Sundance Institute.

Dolly Hall: productora, *54, High Art*.

Lasse Hallström: director, *Chocolate, Las normas de la casa de la sidra, Atando cabos*

Todd Harris: agente, William Morris, para Robert Duvall.

Amy Hart: coordinadora de márketing, Miramax.

Hal Hartley: director, *La increíble verdad, Trust (Confía en mí)*.

Michael Hausman: productor, *Alambrista, Heartland, Flor del desierto*.

Todd Haynes: director, *Veneno, Safe, Velvet Goldmine, Lejos del cielo*.

Rick Hess: agente, William Morris.

Dennis Higgins: vicepresidente de publicidad, Miramax.

Jim Hoberman: crítico de cine, *Village Voice*.

Peter Hoffman: consultor de Miramax; ex director ejecutivo, Carolco Pictures.

Nicole Holofcener: directora, *Walking and Talking (Nadie es perfecto), Lovely & Amazing*

Ted Hope: socio, Good Machine; productor ejecutivo, *Trust (Confía en mí), Safe, Walking and Talking (Nadie es perfecto), Los hermanos McMullen;* productor, *Happiness, En la habitación*

Trea Hoving: vicepresidenta ejecutiva de compras, Miramax Fims.

Amy Israel: vicepresidenta ejecutiva de compras, Miramax Films.

James Ivory: director, *Una habitación con vistas, Regreso a Howards End, Esperando a Mr. Bridge, La copa dorada*

Peter Jackson: director, *Criaturas celestiales, Agárrame esos fantasmas, El señor de los anillos*

Gilles Jacob: director del Festival de Cannes.

Jim Jarmusch: director, *Extraños en el paraíso, Dead Man*.
Neil Jordan: director, *Amor a una extraña, Juego de lágrimas, Entrevista con el vampiro*
Jeffrey Katzenberg: socio fundador, DreamWorks; ex vicepresidente, Walt Disney Studios.
Dave Kehr: crítico de cine.
Sarah Kernochan: directora, *Marjoe, The Hairy Bird/Strike/All I Wanna Do, Thoth*
Peter Kindlon: asistente, Miramax.
Jeff Kleeman: director, Sundance Institute; director del programa artístico, Fundación Rockefeller.
Cathy Konrad: productora, *Citizen Ruth, Scream (1, 2* y *3), Copland, Kate & Leopold*; coproductora, *Kids*; antes en Wood Entertainment. Casada con James Mangold.
Harmony Korine: guionista, *Kids, Gummo, Julien Donkey-Boy*; directora, *Gummo, Julien Donkey-Boy* (no figura en los títulos de crédito).
Christina Kounelias: prensa, Miramax Films.
Spike Lee: director, *Nola Darling, Haz lo que debas*.
Mike Leigh: director, *Grandes ambiciones, Secretos y mentiras*.
Martin N. Lewis: productor, *The Secret Policeman's Other Ball*.
Linda Lichter: abogada del mundo del espectáculo.
David Linde: copresidente de Focus Features; ex socio de Good Machine; vicepresidente ejecutivo, Miramax International.
Rick Linklater: director, *Slacker, Dazed and Confused, Waking Life*.
Jeff Lipsky: socio fundador, October Films; antes en Skouras Pictures, Samuel Goldwyn Company y New Yorker Films.
Mark Lipsky: director de distribución, Miramax Films; hermano de Jeff Lipsky.
John Madden: director, *Su Majestad Mrs Brown, Shakespeare in Love, La mandolina del capitán Corelli*
Amir Malin: socio, October Films; antes, socio fundador de Cinecom.
Barbara Maltby: productora, *El rey de la colina*.
James Mangold: director, *Copland, Kate & Leopold*. Casado con Cathy Konrad.
Liz Manne: vicepresidenta ejecutiva de programación y márketing, Sundance Channel.
Todd McCarthy: crítico lead, *Variety*.
Chris McGurk: vicepresidente y director general de operaciones, MGM; ex presidente y director de operaciones de Universal Pictures; presidente, Motion Picture Group, Walt Disney Company.
Bill Mechanic: presidente y director ejecutivo, Twentieth Century Fox; ex presidente de International Video y Worldwide Video, Walt Disney Company.
Larry Meistrich: socio fundador, The Shooting Gallery; productor ejecutivo, *El otro lado de la vida (Sling Blade)*
Ismail Merchant: productor, *Una habitación con vistas, Esperando a Mr. Bridge,*

La copa dorada. Socio de James Ivory.

Jason Mewes: actor, *Clerks, Persiguiendo a Amy, Jay y Bob el Silencioso contraatacan*

Anthony Minghella: director, *El paciente inglés, El talento de Mr. Ripley, Cold Mountain*

Elvis Mitchell: crítico de cine del *New York Times*.

Rob Moore: vicepresidente y director financiero, Walt Disney Company.

Errol Morris: director, *The Thin Blue Line*.

Scott Mosier: productor, *Clerks, Persiguiendo a Amy, Dogma*.

Tim Blake Nelson: actor y director, *O*.

Peter Newman: productor, *Smoke, Blue in the Face, The Hairy Bird/ Strike/All I Wanna Do*. Socio de Ira Deutchman.

Robert Newman: agente, ICM; ex vicepresidente ejecutivo, Miramax.

Bobby Newmyer: productor, *Sexo, mentiras y cintas de vídeo, Lo opuesto al sexo*; casado con Debbie Newmyer.

Debbie Newmyer: productora ejecutiva, *Una pandilla de pillos, Donde reside el amor;* casada con Bobby Newmyer.

Marc Norman: guionista, *Shakespeare in Love*.

Edward Norton: actor, *Las dos caras de la verdad, Rounders, Frida*.

David Parfitt: productor, *La locura del rey Jorge, Las alas de la paloma, Shakespeare in Love*; asesor, *Gangs of New York*

Alexander Payne: director, *Citizen Ruth, Election, A propósito de Schmidt*

John Penotti: socio fundador, GreeneStreet; productor ejecutivo, *En la habitación*

John Pierson: representante del productor, *Nola Darling, Chicas de New York, Clerks*. Autor de *Spike, Mike, Slackers & Dykes*

Sydney Pollack: director, *Tal como éramos, Tootsie*; miembro de la junta del Sundance Institute.

Tom Pollock: vicepresidente ejecutivo, MCA; presidente, Universal Pictures.

Nik Powell: socio, Palace Pictures; coproductor, *Mona Lisa*; productor ejecutivo, *Escándalo, Juego de lágrimas, Little Voice*

Terry Press: director de márketing, DreamWorks; ex vicepresidente de márketing, Walt Disney Company.

John Ptak: agente, CAA.

B. J. Rack: productor, *Terminator 2, Mimic*.

Bingham Ray: presidente, UA; socio fundador, October Films; antes, Cinecom, Goldwyn, Island, Alive.

Robert Redford: fundador del Sundance Institute; actor, *Dos hombres y un destino*; director, *Gente corriente, Quiz Show (El dilema)*

Dennis Rice: presidente de márketing, Miramax; antes, presidente y responsable de márketing a escala mundial, October Films; director de márketing y vídeo, Walt Disney Company.

Alexandre Rockwell: director, *En la sopa (In the Soup), Four Rooms*.

Robert Rodriguez: director, *El Mariachi, Four Rooms, Abierto hasta el amanecer*

Joe Roth: presidente, Walt Disney Studios.
Scott Rudin: productor, *Marvin's Room, Los Tenenbaum. Una familia de genios, Las horas*
David O. Russell: director, *Spanking the Monkey, Flirteando con el desastre, Tres reyes*. Marido de Janet Grillo.
Nora Ryan: presidenta, Sundance Channel.
Tony Safford: vicepresidente de compras, Miramax; VP, compras, Fine Line; director de programación, Festival de Cine de Sundance.
Michelle Satter: directora de programación (largometrajes), Sundance Institute.
John Sayles: director, *Passion Fish, The Return of the Secaucus 7, Brother from Another Planet*
Maria Schaeffer: directora ejecutiva, Sundance Insitute.
James Schamus: copresidente, Focus Features; antes, socio fundador de Good Machine; productor ejecutivo, *Veneno, Safe, Happiness, Tigre y dragón*
John Schmidt: socio fundador, Content Films; antes, socio, October Films; director general, Miramax.
Cathy Schulman: presidenta, USA Films; ex presidenta, Gramercy Pictures; vicepresidenta ejecutiva de márketing, Miramax Films.
Bob Shaye: presidente y director ejecutivo, New Line Cinema.
Gary Siegler: presidente, Siegler, Collery & Co.; inversor y miembro de la junta, October Films.
Casey Silver: presidente y director ejecutivo, Universal Pictures.
Marjorie Skouras: ejecutiva de compras, Skouras Pictures.
Tom Skouras: presidente, Skouras Pictures.
Annick Smith: productora, *Heartland*; productora ejecutiva, *El río de la vida*
Kevin Smith: director, *Clerks, Persiguiendo a Amy, Dogma, Jay y Bob el Silencioso contraatacan*
Stacey Snider: presidenta, Universal Pictures.
Steven Soderbergh: director, *Sexo, mentiras y cintas de vídeo, El rey de la colina, Schizopolis, Traffic.* Casado con Betsy Brantley.
Todd Solondz: actor y director, *Bienvenidos a la casa de muñecas, Happiness, Cosas que no se olvidan*
Stacy Spikes: vicepresidente de márketing, October Films; ídem, Miramax.
David Steinberg: abogado, Miramax.
Fisher Stevens: socio fundador, GreeneStreet Productions.
Quentin Tarantino: director, *Reservoir Dogs, Pulp Fiction, Four Rooms, Jackie Brown*
Nancy Tenenbaum: productora ejecutiva, *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*; productora, *The Daytripper*
Billy Bob Thornton: actor y director, *El otro lado de la vida (Sling Blade), Todos los caballos bellos*
Mark Tusk: vicepresidente de compras, Miramax Films.
Mark Urman: ejecutivo, Lions Gate; publicista, Dennis Davidson Associates.

Christine Vachon: socia fundadora, Killer Films; productora, *Veneno, Safe, Kids, Velvet Goldmine, Boys Don't Cry, Lejos del cielo*

Gus Van Sant: director, *Drugstore Cowboy, Mi Idaho Privado, Todo por un sueño, El indomable Will Hunting*

Sterling Van Wagenen: director ejecutivo, Sundance Institute. Primo de Lola, esposa de Redford.

Lars von Trier: director, *The Kingdom, Rompiendo las olas*.

Paul Webster: productor, *Cuestión de sangre, La otra cara del crimen (The Yards)*; director de producción, Miramax.

Suzanne Weil: directora ejecutiva, Sundance Institute.

Bob Weinstein: copresidente, Miramax Films.

Harvey Weinstein: copresidente, Miramax Films.

Tom Wilhite: director ejecutivo, Sundance Institute.

Cary Woods: fundador, Woods Entertainment; productor, *Kids, Citizen Ruth, Copland, Scream*

Steve Woolley: socio fundador, Palace Pictures; productor, *Mona Lisa, Escándalo, Juego de lágrimas*

Ron Yerxa: productor, *El rey de la colina, Election, Cold Mountain*.

Saul Zaentz: productor, *Alguien voló sobre el nido del cuco, Amadeus, La insoportable levedad del ser, El paciente inglés*

Marty Zeidman: vicepresidente de distribución, Miramax Films.

Ed Zwick: productor/director, *Leyendas de pasión*; productor, *Shakespeare in Love*; director, *Tiempos de gloria*; productor ejecutivo, *Treinta y tantos*.

NOTAS

UN COMENTARIO SOBRE LA INVESTIGACIÓN

Este libro se basa en cientos de entrevistas. Las conversaciones se basan en entrevistas con al menos unos de los participantes. Asimismo, hemos derivado de las entrevistas los pensamientos atribuidos a alguno de los personajes principales. (EA: entrevista del autor)

PRÓLOGO

página

9 «Los directores independientes no ganan dinero» y siguiente: Quentin Tarantino, EA, 30/4/03.
12 «A mucha gente le da miedo»: James Ivory, EA, 9/7/01.
12 «No tengo nada que decir» y siguientes: Ethan Coen, EA, 15/10/03.
13 «Voy a decir lo que pienso»: Spike Lee, EA, 11/8/02.
13 «regresar a sus raíces»: Rick Lyman, «After *Talk*, Miramax to Refocus on Movies», *New York Times*, 21/1/02.
15 «¡Matthew, ven aquí!»: de las notas del autor.
15 «¿Qué quieres escribir realmente?» y siguiente: de las notas del autor.

INTRODUCCIÓN: LA HISTORIA HASTA HOY

página

17 Epígrafe: Edward Norton, EA, 8/8/02.
20 «No es una persona»: fuente confidencial.
21 «Sabía qué significaba»: Robert Redford, EA, 13/11/90.
22 «Estoy aquí para escuchar»: fuente confidencial, sin fecha.
23 «Era una combinación de»: Liz Manne, EA, 5/10/01.

23 Cuando la sesión de fotos terminó: según Lory Smith, *Party in a Box: The Story of the Sundance Film Festival* (Salt Lake City, Gibbs-Smith, 1999), p. 38.
24 «Es posible que alguien» y siguiente: Alan Brewer, EA, 2/4/00.
25 «Veamos, Harvey»: Bingham Ray, EA, 19/5/99.
25 «Es la vieja historia»: Matt Damon, EA, 26/9/01.
25 «Es la clase de tío»: Jack Lechner, EA, 31/5/01.
26 «He oído esa historia»: Mark Lipsky, EA, 15/11/99.
26 «Somos artistas»: Lyn Hirschberg, «The Mad Passion of Harvey and Bob», *New York*, 10/10/94.
26 «En este negocio todo es»: Peter Schweitzer y Rochelle Schweitzer, *Disney: The Mouse Betrayed* (Washington, DC, Regnery, 1998), p. 192.
26 «¿Vamos a ganar…?»: fuente confidencial.
26 «Es imposible saber»: Mark Tusk, EA, 3/2/00.
28 «No puede decirse que»: John Sayles, EA, 9/7/97.
29 «Los estudios ofrecían más»: Ira Deutchman, EA, sin fecha.
29 «Las películas especializadas»: Eamonn Bowles, EA, sin fecha.
29 «Muchas de esas empresas»: Deutchman, EA, sin fecha.
30 «Cuando tuvimos nuestro primer»: Tom Bernard, resumido de: Eugene Hernandez, «Decade: Michael Barker and Tom Ber
nard–Another Ten Years in the Classics World»; parte de entrevista, 20/12/99, <indieWIRE.com>.
31 «Independiente por lo general»: Sydney Pollack, EA, 10/6/02.
31 «cuerda de tender la ropa»: *My First Movie,* editado por Stephen Lowenstein (Nueva York, Pantheon, 2000), p. 61.
33 «El pecado original del cine»: James Schamus, EA, 12/7/02.
33 «Se parece a mirar»: Sayles, EA, 9/7/97.
35 «Recuerdo el Festival de»: Tod Lippy, ed., *Projections 11: New York Film-Makers on Film-Making* (Londres-Nueva York, Faber and Faber, 2001), p. 9.
35 «En 1991 yo acababa»: Norton, EA, 8/8/02.
36 «Es muy emocionante»: Allison Anders, EA, sin fecha.
36 «Para ser franco»: Bill Desowitz, «Puzzling Filmgoers, with Serious Intent: The Coolly Received Drama "Solaris" Aims to
Challenge Audiences with Tough Questions, Say Its Star and Director», *Los Angeles Times*, 3/12/02.
36 «Recuerdo que vi *Taxi Driver*»: Rick Linklater, EA, 12/3/01.
36 «La verdad es que pensaba»: Steven Soderbergh, EA, 22/4/99.
37 «La mayoría de los directores»: Schamus, EA, 4/3/99.
37 «Un buen trato es más»: Ray Price, EA, 9/12/00.
37 «Para hacer una película»: Colin MacCabe, *Godard: A Portrait of the Artist at Seventy* (Londres, Bloomsbury, 2003), p. 97.
37 «Las películas independientes»: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
39 «Si yo no existiera»: Elaine Dutka and John Clark, «Miramax
Finds Success Breeds Admiration, Envy», *Los Angeles Times*, 30/1/97.

1. MADE IN USA

página

41 Epígrafe: Peter McAlevey, «All's Well That Ends Gruesomely», *New York Times*, 6/12/92.
42 «Mirad a Jimmy»: Terri Minsky, «Hot Phenomenon», *Rolling Stone*, 18/5/89.
43 «por el esquí y las fiestas» y siguiente: Smith, *Party in a Box*, p. 123.
43 «películas con buen rollo»: Smith, *Party in a Box*, p. 89.
44 «La gente se apasionaba» y siguiente: Marjorie Skouras, EA, 2/5/00.
45 «Parecía un primer borrador» y siguiente: Nancy Tenenbaum, EA, 2/10/99.
45 «Creo que has hecho»: Katherine Dieckmann, «Liar, Liar, Pants on Fire», *Village Voice*, 8/8/89.
46 «¿Tendrá algún problema...?» y siguiente: Steven Soderbergh,
Sex, lies, and videotape (Nueva York, Harper & Row, 1990), pp. 206 y 207.
46 «Así confiaba RCA/Columbia» y siguiente: Jeff Lipsky, EA, 4/10/99.
47 «Deberías verla» y siguiente: Marjorie Skouras, EA, 2/5/00.
48 «Llegó un momento en que»: Minsky, «Hot Phenomenon».
48 «Bob es muy paranoico»: Maria Schaeffer, EA, 3/10/90.
49 «Sterling era un tipo»: fuente confidencial.
49 «Sundance empezó siendo»: Annick Smith, EA, sin fecha.
49 «Quiere que lo consideren»: fuente confidencial.
50 «Transformamos el restaurante»: Robert Redford, EA, 13/11/90.
50 «Ese guión no vale nada»: Denise Earle, EA, sin fecha.
50 «Redford nunca estaba»: Tony Safford, EA, sin fecha.
51 «Ese proyecto se parecía a»: Redford, EA, 13/11/90.
51 «Las circunstancias habrían sido»: Sterling Van Wagenen, EA, sin fecha.
51 «Redford le dijo a Carolco»: Michael Hausman, EA, sin fecha.
51 «Redford nunca quiso que»: Earle, EA, sin fecha.
51 «Puede que, porque fuimos muchos»: Van Wagenen, EA, 22/10/03.
52 «En 1984, 1985 y 1986»: Howard Klein, EA, sin fecha.
52 «Era más gracioso y estaba»: Suzanne Weil, EA, 10/10/90.
52 «Si Gary Beer vive» y siguiente: Schaeffer, EA, 2/10/90.
52 «En lo tocante a Beer»: fuente confidencial.
52 «no es una de esas organizaciones»: Gary Beer, EA, 15/11/90.
52 «nunca estuvo claro»: Johann Jacobs, EA, sin fecha.
53 «Trabajé allí un año y medio»: Schaeffer, EA, 2/10/90.
53 «Había mucho resentimiento»: Cathy Schulman, EA, 25/4/02.
53 «Podríamos haber conseguido»: Schaeffer, EA, 22/10/90.
53 «Me volvía loco»: Redford, EA, 13/11/90.
53 «Convertir a Gary o»: fuente confidencial.

54 «Redford pensaba que»: fuente confidencial.
54 «Dije: "No quiero ser…"» y siguiente: Redford, EA, 13/11/90.
54 «Bob tiene, en efecto»: Van Wagenen, EA, 22/10/03.
55 «Dijo: "Mira, voy a darte…"»: Redford, EA, 13/11/90.
55 «una bofetada»: Gary Burr, EA, 15/11/90.
55 «Era como si Bob dijese»: Mary Cranney, EA, sin fecha.
55 «Redford no despide»: Safford, EA, 6/12/90.
55 «Sundance es un lugar»: *Sundancer*, Navidad de 1988.
56 «¿Ya se ha enterado de...?» y siguiente: Deutchman, EA, 17/9/99.
56 «¿Puede mi novia...?»: Minsky, «Hot Phenomenon».
57 «cazado con cinta matamoscas» y siguiente: Soderbergh, EA, 22/4/99.
57 «Tenía una relación con»: Minsky, «Hot Phenomenon»; James Greenberg, «Sex, lies, and Kafka», *Connoisseur*, 10/91.
58 «Tiene un *Zeitgeist*»: Norton, EA, 8/8/02.
58 «Ahora, cuando la veo»: Greenberg, «Sex, lies, and Kafka»; Steven Soderbergh, *Getting Away with It* (Londres, Faber & Faber, 1999), p. 185.
58 «Entonces era diferente»: Soderbergh, EA, 22/4/99.
59 «La he visto y me ha encantado»: Soderbergh, *Sex, lies, and videotape*, p. 225.
59 «A los nueve años tuve»: Soderbergh, EA, 2/5/02.
59 «Son unos canallas» y siguiente: Minsky, «Hot Phenomenon».
60 «No estamos tan forrados»: Bingham Ray, EA, 15/2/01.
61 «una sala repleta»: Bob Weinstein, «All thanks to Max», *Vanity Fair*, 4/03, p. 440.
62 «¡Esto es fantástico!» y siguiente: Martin N. Lewis, EA, 6/4/00.
66 «Mientras aún intentaban comprar» y siguiente: Robert Newman, EA, 13/6/00.
66 «retocó los pechos de Ohana»: Reid Rosefelt, EA, 18/10/00.
67 «La gente decía que estaban»: Alan Brewer, EA, 2/4/00.
68 «Yo siempre he dicho que» y siguiente: Jeff Silver, EA, 14/6/00.
69 «Decían: "Muy bien, Bob ha estado…"»: fuente confidencial.
69 «No fue sólo Mary Ward»: Silver, EA, 14/6/00.
69 «Les costaba muchísimo»: Brewer, EA, 2/4/00.
69 «Nadie sabía cuál era» y siguiente: Silver, EA, 14/6/00.
70 «Era noche de aficionados en» y siguiente: Chris Mankiewicz, EA, 12/4/00.
70 «Estaban intentando mejorarla»: Lewis, EA, 6/4/00.
71 «*Playing for Keeps* debilitó definitivamente»: Brewer, 2/4/00.
71 «La pasión por conseguir que»: Lewis, EA, 6/4/00.
71 «Lo que le hicieron a esa»: Tom Pollock, EA, 11/3/03.
71 «La gente verdaderamente tonta»: Lewis, EA, 6/4/00.
72 «Esa película parecía la»: Ed Glass, EA, 23/10/00.
72 «Unos días o unas» y siguiente: Jim Doyle, EA, 19/3/00.
73 «Llamé a todos mis conocidos» y siguiente: Mark Lipsky, EA, 15/11/99.
73 «Si decías que trabajabas»: Stuart Burkin, EA, 29/4/02.

73 «Era una pesadilla»: Mark Lipsky, EA, 15/11/99.
73 «Llevaban allí meses»: Marty Zeidman, EA, 28/4/00.
73 «Parece que no tardó»: Mark Lipsky, EA, 15/11/99.
74 «Yo sentía que se querían» y siguiente: Brantley, EA, 18/10/99.
75 «La idea de Miramax»: Paul Webster, EA, 20/10/01.
75 «Yo había salido del ambiente»: Steve Woolley, EA, 26/2/02.
76 «Oh, yo quiero hacer» y siguiente: Harvey Weinstein, EA, 28/6/02.
76 «Tenía gratis los restos»: Lizzie Borden, EA, 25/10/00.
76 «Le había impresionado»: Mark Lipsky, EA, 15/11/99.
77 «No, Bob, ya hemos vendido» y siguiente: fuente confidencial.
77 «Los costes de distribución»: John Pierson, *Spike, Mike, Slackers & Dykes* (Nueva York, Miramax Books, 1995), p. 97.
78 «Lo que querían era»: Christina Kounelias, EA, 5/4/00.
78 «Durante el tráiler Harvey»: Zeidman, EA, 28/4/00.
78 «El padre de los Weinstein»: Glass, EA, 23/10/00.
78 «Se trataba de un modesto»: Zeidman, EA, 28/4/00.
79 «La vendimos como película»: David Dinerstein, EA, 22/10/99.
79 «Fue una de las primeras»: Zeidman, EA, 28/4/00.

2. LOS ARTISTAS AIRADOS

página

80 Epígrafe: John Colapinto, «The big bad wolves of Miramax», *Rolling Stone*, 3/4/97.
81 «Se vendió diciendo»: Kounelias, EA, 5/4/00.
81 «En Hollywood, Harvey era»: Donna Gigliotti, EA, 14/2/01.
82 «Michael, tienes que conseguir»: Angus Finney, *The Egos Have Landed* (Londres, Arrow, 1998).
82 «Steve, estás tomando solo» y siguiente: Harvey Weinstein, EA, 28/6/02.
82 «Soy un chico nacido»: Harvey Weinstein, EA, 28/6/02.
82 «Volvimos a montar *Escándalo»:* Glass, EA, 23/10/00.
83 «Muchas de las películas» y siguiente: Alison Brantley, EA, 18/10/99.
83 «¿Estás loco?» y siguiente: Brantley, EA, 18/10/99.
84 «Cuando tratas con Universal»: Jack Foley, EA, 21/6/01.
84 «Eso me cabreaba»: Harvey Weinstein, EA, 3/10/02.
84 «Christine mirando embobada»: Finney, *The Egos Have Landed*.
85 «Ésa es una respuesta estúpida»: fuente confidencial.
85 «Era más fácil decir»: Tusk, EA, 31/1/00.
85 «Bien, ¿qué pensáis?» y siguiente: Tusk, EA, 3/2/00; 16/8/00.

86 «En ese momento, conseguir»: Tusk, EA, 31/1/00.
86 «En esta industria la gente»: David Linde, EA, 16/11/99.
86 «Todos los que nos llamaban» y siguiente: Larry Estes, EA, 29/10/99.
86 «No pienso volver a Nueva York»: Michael Fleming, «Miramax, Riding 'Sex' Wave, Storms on into the '90s», *Variety*, 31/1/90.
87 «En aquellos días»: Bobby Newmyer, EA, 20/4/99.
87 «parecían un poco nerviosos»: Tenenbaum, EA, 2/10/99.
87 «Había una paranoia»: Deutchman, EA, 17/9/99.
87 «Era una de esas situaciones»: Estes, EA, 29/10/99.
87 «Estes insistió en que»: Tenenbaum, EA, 2/10/99.
87 «En esa época era algo»: Estes, EA, 29/10/99.
88 «Todo el asunto me inquietaba»: Soderbergh, EA, 22/4/99.
88 «Es posible que pagaran»: Mark Lipsky, EA, 15/11/99.
88 «Cuando supe que Harvey» y siguiente: Janet Grillo, EA, 10/4/01.
88 «Hasta ese momento, las compañías»: Safford, EA, 29/9/98.
88 «Miré a mi alrededor»: Marjorie Skouras, EA, 2/5/00.
89 «Con *Escándalo* aprendí que»: Zeidman, EA, 28/4/00.
89 «Nadie quería estar»: Mark Lipsky, EA, 15/11/99.
90 «Cuando entraba, era mi dentista»: Glass, EA, 23/10/00.
90 «Llegó resoplando y jadeando»: fuente confidencial.
90 «Bob la atacaba»: Mark Lipsky, EA, 15/11/99.
90 «que era inconcebible»: fuente confidencial.
90 «una madre judía muy exigente» y siguiente: Brewer, EA, 2/4/00.
91 «Ay, tu madre...» y siguiente: Brewer, EA, 2/4/00.
91 «En lugar de crecer» y siguiente: Rick Lyman, «Watching Movies with Harvey Weinstein», *New York Times*, 27/4/01.
92 «Miramax se asentaba en el miedo»: Burkin, EA, 29/4/02.
92 «Todo lo que cualquiera diga» y siguiente: Amy Hart, EA, sin fecha.
92 «¿Cómo puedes tratar así...?»: fuente confidencial.
93 «Tuve una crisis nerviosa»: Myrna Chagnard, EA, 14/3/02.
93 «Trabajar allí se parecía»: Eleanor Reznikoff, EA, 13/3/02.
93 «Al final, ahí no había» y siguiente: Jeff Rose, EA, 28/4/02.
94 «Se oían gritos»: Mark Lipsky, EA, 15/11/99.
94 «Para mí, Bob es el que»: Webster, EA, 20/10/01.
94 «Bob me daba mucho más miedo»: Brantley, EA, 18/10/99.
94 «Si bien se podía considerar»: fuente confidencial.
94 «Bob es el único que»: fuente confidencial.
95 «Nadie quiere encontrarse»: Bowles, EA, 24/3/00.
95 «Cuando algo se revolvía»: Dennis Rice, EA, 27/8/03.
95 «parecía como si se hinchara»: Brantley, EA, 18/10/99.
95 «Soy realmente susceptible» y siguiente: Bowles, EA, 24/3/00.
95 «Cuando Harvey»: Mark Lipsky, EA, 15/11/99.
95 «Es evidente que tiene»: Bowles, EA, 24/3/00.

95 «Sus emociones están perfectamente» y siguiente: Safford, EA, 29/9/98.
96 «Volvían locos a todos»: Mark Lipsky, EA, 15/11/99.
96 «Algunos días Harvey»: Rice, EA, 24/7/01.
96 «Les había prometido» y siguiente: Mark Lipsky, EA, 15/11/99.
96 «Vacilas a la hora de hacer»: Safford, EA, 29/9/98.
97 «Si entrabas con ellos»: Bowles, EA, 24/3/00.
97 «En los malos tratos sí»: John Schmidt, EA, 9/6/00.
97 «Siempre me dieron más pena»: Brantley, EA, 18/10/99.
97 «¡Voy a tirarte por esa ventana...!»: fuente confidencial.
97 «La gente detesta trabajar allí»: Rice, EA, 23/7/01.
97 «Tenían una energía»: Foley, EA, 21/6/01.
98 «Bob no paraba de criticar» y siguiente: Van Wagenen, EA, sin fecha.
98 «Oía que los directores»: Redford, EA, 13/11/90.
98 «Al comienzo, Sundance»: Linda Remy, EA, 20/12/89.
98 «Llevar adosado el nombre»: Tony Safford, EA, sin fecha.
98 «Podíamos entrevistar a quien»: Remy, EA, 20/12/89.
99 «Redford le quitó la película»: Remy, EA, 15/12/89.
99 «Podría haber funcionado»: Richard Fischoff, EA, sin fecha.
99 «Nuestros inversores pusieron»: Kjehl Rasmussen, EA, 31/3/01.
100 «El problema estaba en que»: Van Wagenen, EA, sin fecha.
100 «El instituto ha perdido»: Safford, EA, sin fecha.
100 «Era muy útil»: Tom DiCillo, EA, 4/1/01.
101 «El imperativo era»: Michelle Satter, EA, 13/11/90.
102 «se llevaron el fax» y siguiente: Urman, EA, 31/10/01.
102 «La impresión que me llevé»: Alison Brantley, EA, 18/10/99.
102 «Paramount quería que cambiara» y siguiente: Lee, EA, 8/11/02.
103 «crisis de blancos» y siguiente: Soderbergh, *Sex, lies, and videotape*, pp. 239 y 241.
103 «[Esta película] nos permite»: Scott Collins, «The Funk of Steven Soderbergh: His First Film, 'Sex, Lies, and Videotape,' Put Him
on Top of Hollywood's Hill. He predicted Them That It Was All Downhill from There. Why Was He Right?», *Los Angeles Times Magazine*, 16/2/99.
103 «Tuve la impresión»: Soderbergh, *Sex, lies, and videotape*, p. 241.
103 «Durante tres horas serás»: Alex Simon, «Steven Soderbergh: Hiding in Plain Sight», *Venice*, 7/98, p. 37.
104 «¿Qué tiene de heroico...?» y siguiente: Soderbergh, *Sex, lies, and videotape*, p. 247.
104 «Es inteligentísimo»: Soderbergh, *Sex, lies, and videotape*, p. 244.
104 «Tanto Redford como Pollack»: Bobby Newmyer, EA, 20/4/99.
104 «¿Qué diablos pasa aquí?»: fuente confidencial.
105 «Iba a cortarme yo»: Collins, «The Funk of Steven Soderbergh».
105 «¿No confías en mí?»: fuente confidencial.
105 «maduras»: Dieckmann, «Liar, Liar, Pants on Fire».

105 «Le gustaba moverse»: Greenberg, «Sex, lies, and Kafka».
105 «En materia de márketing»: Deutchman, EA, 17/9/99.
105 «Fue algo típico de»: Manne, EA, 28/9/01.
105 «¿Cómo se supone que hemos...?»: Deutchman, EA, 17/9/99.
106 «la muerte de las salas»: Soderbergh, *Sex, lies, and videotape*, p. 244.
106 «Impedí que se mataran»: Deutchman, EA, 17/9/99.
106 «Todo el mundo quiere»: Dieckmann, «Liar, liar, Pants on Fire».
106 «Steve es una de esas personas» y siguiente: Brantley, EA, 18/10/99.
106 «Hay una diferencia»: Soderbergh, EA, 31/8/01.
106 «Cuando pasó lo de *Sexo*»: Dennis Lim, «Having Your Way with Hollywood», *Village Voice*, 3-9/1/01.
106 «Creo que mucha gente»: Soderbergh, *Sex, lies, and videotape*, p. 249.
107 «Hasta ese momento»: Foley, EA, 21/6/01.
107 «Fue como derramar leche» y siguiente: Zeidman, EA, 28/4/00.
107 «se ponía un anuncio de»: Ray, EA, 8/3/01.
107 «Para ganar veinticinco millones»: Estes, EA, 29/10/99.
108 «Me sorprende cuán profundamente»: Fleming, «Miramax, Riding 'Sex' Wave, Storms on into the '90s».
108 «Sentíamos que dábamos»: Geoff Gilmore, EA, 9/3/01.
109 «Puede que sea hora de»: Redford, EA, 13/11/90.
109 «No hay muchos independientes» y siguiente: Frank Daniel, EA, sin fecha.
109 «lo que los hace buenos dramaturgos»: Ulu Grosbard, EA, sin fecha.
110 «Tampoco me impresionaba»: Gilmore, EA, 9/3/01.
110 «Simplemente no pude»: Redford, EA, 13/11/90.
110 «Tuve la oportunidad de»: Weil, EA, 10/10/90.
110 «Robert no era pasivo-agresivo»: Pollack, EA, 10/6/02.
110 «No importa lo mucho»: Redford, EA, 13/11/90.
111 «Me gustaría, ya que he pasado»: Garcia, EA, 20/10/90.
111 «Mucha gente decía»: Redford, EA, 13/11/90.
111 «Lo que más le habría gustado»: Van Wagenen, EA, sin fecha.
112 «Me ha parecido» y siguiente: Soderbergh, EA, 22/4/99.
113 «Harvey solía decir que»: Burkin, EA, 29/4/02.
114 «Nunca hacemos proyecciones»: Harvey Weinstein, EA, 18/7/02.
114 «Sí, en Miramax esas proyecciones»: Diana Tauder, EA, 9/6/01.
114 «Nunca lo expresábamos así» y siguiente: Burkin, EA, 29/4/02.
115 «Me sentía como si me apropiara»: Tauder, EA, 9/6/01.
115 «Adoro a Ruth»: Harvey Weinstein, EA, 18/7/02.
115 «Es maravilloso» y siguiente: Ivory, EA, 9/7/01.
115 «Pensaron que quedaría»: Merchant, EA, 9/7/01.
115 «La reacción fue negativa»: Harvey Weinstein, EA, 18/7/02.
116 «Queremos introducir» y siguiente: Merchant EA, 9/7/01.
116 «Ésta es una película»: Ivory, EA, 9/7/01.
116 «¡Por Dios, qué pretencioso!»: Harvey Weinstein, EA, 18/7/02.

116 «Harvey se puso furioso»: Betsy Sharkey, «The Brothers Miramax: Harvey and Bob», *New York Times*, «Arts and Leisure», 24/7/94.
116 «Te quito la película» y siguiente: Merchant, EA, 9/7/01.
116 «retuvo el último pago»: Ivory, EA, 9/7/01.
117 «Se puso bastante borde»: Howard Feinstein, EA, 10/10/03.
117 «Nadie debería sorprenderse»: Woolley, EA, 26/2/02.
117 «¿Van a enfadarse...?» y siguiente: Burkin, EA, 29/4/02.

3. NEGOCIOS ARRIESGADOS

página

118 Epígrafe: Bernard, EA, 15/11/99.
119 «Tenemos que mantener» y siguiente: Jeff Lipsky, EA, 4/10/99.
119 «Estábamos cansados»: Ray, EA, 15/2/01.
119 «Iba al cine Elgin»: Ray, 16/12/98.
120 «¿Corbata? ¿Para qué?»: Ray, EA, 8/3/01.
120 «Si encerrases a Bingham»: Pierson*, Spike, Mike, Slackers & Dykes*, p. 90.
120 «Siempre quise que fuésemos»: Ray, EA, 8/3/01.
121 «Jeff tiene un talento» y siguiente: Ray, EA, 15/2/01.
123 «No pensábamos cometer»: Jeff Lipsky, EA, 4/10/99.
123 «Yo nunca había sido»: Jeff Lipsky, EA, 4/10/99.
123 «En el mundillo independiente»: Michael Barker, EA, 15/11/99.
124 «Siempre consideré a Amir»: Bart Walker, EA, 12/7/00.
124 «Básicamente, todos los que tratan»: John Shestack, EA, 11/12/00.
124 «el dinero que personalmente»: Ivory, EA, 9/7/01.
125 «Cuando llamábamos al contable»: Ismail Merchant, EA, 9/7/01.
125 «Podría matarte»: Ivory, EA, 9/7/01.
125 «Todo lo que hacen»: Merchant, EA, 9/7/01.
125 «Dejamos de hacer películas»: Ivory, EA, 9/7/01.
125 «No recuerdo haberles enviado»: Amir Malin, EA, 22/10/03.
125 «Yo nunca diría que»: Walker, EA, 22/10/03.
126 «Todos los años que pasé»: Richard Abramowitz, EA, 14/2/01.
126 «Creo que lo que hacéis» y siguiente: Ray, EA, 15/2/01.
126 «Volemos a Nueva York»: Jeff Lipsky, EA, 4/10/99.
127 «Las cintas fueron las responsables» y siguiente: Harvey Weinstein, EA, 18/7/02.
128 «Hay que organizar actividades» y siguiente: Urman, EA, 31/10/01.
128 «Me encantaría trabajar contigo»: fuente confidencial.
129 «Estoy rodeado de personas»: Hirschberg, «The Mad Passion of Harvey and

Bob».
129 «Alie, yo no puedo» y siguiente: Brantley, EA, 18/10/99.
131 «Fue un experimento»: Tusk, EA, 3/2/00.
131 «Las películas italianas»: Bernardo Bertolucci, EA, 26/5/03.
131 «Nos debe como mínimo»: Kees Kasander, e-mail, 6/6/03.
131 «un modesto éxito»: Harvey Weinstein, EA, 11/11/03.
132 «Parezco un asqueroso»: Earnhart, EA, 21/5/02.
132 «Esta noche Eve»: fuente confidencial.
132 «Será mejor que venga» y siguiente: fuente confidencial.
132 «Fuimos a una de esas agencias»: Harvey Weinstein, EA, 18/7/02.
133 «Miramax puede haber estado» y siguiente: Schmidt, EA, 25/05/01.
134 «New Line empezó»: Schmidt, EA, 25/5/01.
135 «La gente da por sentado»: Norton, EA, 8/8/02.
135 «Al principio era casi imposible»: Pollack, EA, 10/6/02.
135 «el lugar en que las películas»: Estes, EA, 29/10/99.
136 «contiene humillaciones, malos tratos»: John Lyttle, *Independent*, 1/3/91.
136 «Entonces el sida era un asunto» y siguiente: Todd Haynes, EA, 23/3/02.
136 «El director regional»: Gilmore, EA, 9/3/01.
137 «No crecí siendo gay» y siguiente: Christine Vachon, EA, 20/10/00.
137 «Eran muy moralistas» y siguiente: Vachon, EA, 20/10/00.
138 «Para mí esa película fue»: Vachon, EA, 16/10/00.
139 «Hemos visto su película»: Haynes, EA, 23/3/02.
139 «Todd estudiaba semiótica» y siguiente: Vachon, EA, 16/10/00.
140 «Fue entonces cuando Ang Lee» y siguiente: Hope, EA, 15/10/03.
140 «Christine y yo íbamos»: Haynes, EA, 23/3/02.
140 «Con críticas estupendas»: Vachon, EA, 16/10/00.
141 «no tenía una motivación»: Vachon, EA, 20/10/00.
141 «Roger Ebert conoció a Todd»: Vachon, EA, 16/10/00.
141 «Justo después de *En la cama con Madonna»:* Bowles, EA, 24/3/00.
141 «Nos propusimos continuar»: Schmidt, EA, 25/5/00.
142 «Enhorabuena. ¡Será divertido!» y siguiente: Deutchman, EA, 10/3/00.
142 «Compitamos contra los que»: Claudia Eller, «What About Bob?», *Los Angeles Times*, 6/4/01.
142 «Para ellos fue una película»: Rasmussen, EA, 31/3/01.
142 «Tras incurrir en tan importantes»: Harvey Weinstein, EA, 11/11/03.
143 «Eran y siguen siendo»: Mark Lipsky, EA, 15/11/99.
143 «Los directores y productores»: Safford, EA, 29/9/98.
144 «Aquí os devuelvo un millón»: Bobby Newmyer, EA, 18/2/99.
144 «En un acuerdo de compra»: Steinberg, EA, 21/2/00.
144 «Insertamos en el contrato»: Lichter, EA, 2/10/98.
144 «Pusieron unas excusas»: Bobby Newmyer, EA, 18/2/99.
145 «No queremos pagarte»: Schmidt, EA, 25/5/00.
146 «Newmyer firmó un contrato»: Harvey Weinstein, EA, 11/11/03.

146 «David, ¿has cerrado el...?» y siguiente: Tusk, EA, 3/2/00, y fuente confidencial.
147 «Se comunicaban con él»: Schmidt, EA, 27/3/01.
148 «Nos esforzábamos»: Schmidt, EA, 7/8/03.
148 «No podían aceptar la idea»: fuente confidencial.
148 «Como todas las OPA»: Schmidt, EA, 25/5/00.
148 «El hecho de que no fueran»: Schmidt, EA, 7/8/03.
149 «No podía creérmelo»: Jami Bernard, *Quentin Tarantino: The Man and His Movies* (Nueva York, Harper Perennial, 1995), p. 215.
149 «La gente se deshacía»: Anders, EA, 14/6/94.
150 «No hace falta que os diga»: John Anderson, *Sundancing* (Nueva York, Avon, 2000), p. 1.
150 «Cuando tenías películas»: Vachon, EA, 16/10/00.
150 «Estaba cada vez más claro»: Gilmore, EA, 9/3/01.
151 «Fue una época demencial»: Vachon, EA, 16/10/00.
151 «Allison caía bien» y siguiente: Ray Price, EA, 9/12/00.
151 «Es una pulsera de»: Peter Biskind, «Four Rooms», *Premiere*, 12/95.
151 «Los críticos se ensañan»: Ray Price, EA, 9/12/00.
152 «Nos quedamos todos»: Linde, EA, 16/11/99.
153 «Al llegar, no me di cuenta»: Richard Gladstein, EA, 4/6/02.
154 «la proyección Faye Dunaway» y siguiente: Tarantino, EA, 30/4/03.
154 «La guerra de Vietnam»: Tarantino, EA, 10/6/94.
154 «Fui una noche al cine»: *Desert News Archives*, 26/12/96.
156 «Siempre estábamos intentando»: Cathy Schulman, EA, 25/4/02.
156 «Ese premio cambió» y siguiente: Alexandre Rockwell, EA, 13/7/95.
157 «No quería entrar»: Bernard, *Quentin Tarantino: The Man and His Movies,* p. 220.

4. COMPRAR, COMPRAR, COMPRAR

página

158 Epígrafe: Lisa Gubernick, «We Don't Want to Be Walt Disney», *Forbes*, 16/10/89.
158 «La gente como Michael Barker»: Bernard, EA, 15/11/99.
158 «Era un poco regordete»: Ray, EA, 15/2/01.
158 «Si Amir me decía que»: Ray, EA, 19/3/01.
158 «Todo era de Nuevo Rico» y siguiente: Ray, EA, 15/2/01.
159 «Cuando Amir entró en»: Abramowitz, EA, 14/2/01.
159 «En esos días se decían muchas»: Deutchman, EA, 4/10/99.

159 «Sé que vas a intentar» y siguiente: Ray, EA, 2/3/01.
160 «Nunca tuve un encuentro» y siguiente: Jeff Lipsky, EA, 4/10/99.
160 «Fuimos sólo dos los que»: Ray, EA, 15/2/01.
160 «¿Quién va a pagar?»: Schmidt, EA, 30/7/03.
161 «Eran unos miserables» y siguiente: Jeff Lipsky, EA, 4/10/99.
161 «October era la versión»: fuente confidencial.
162 «Habría sido muy difícil»: Schimdt, EA, 9/6/00.
162 «Era un tipo realmente»: Ray, EA, 15/2/01.
162 «Era frustrante no poder»: Ray, 15/2/01.
162 «Yo era el tonto»: Tarantino, EA, 9/4/94.
163 «Yo no estudié cine»: Tarantino, EA, 30/4/03.
163 «Antes del vídeo» y siguiente: Roger Avary, EA, 2/5/02.
164 «Parecía un actor»: Tarantino, EA, 9/4/94.
164 «Íbamos a ser los hermanos Coen»: Tarantino, EA, 4/4/94.
164 «Para entonces yo adoraba»: Avary, EA, 2/5/02.
165 «Cada seis meses celebraba»: Tarantino, EA, 10/6/94.
166 «Monte dejó el guión» y siguiente: Gladstein, EA, 4/6/02.
166 «Live Entertainment decidió»: Tarantino, EA, 26/1/94.
167 «Creía que los talleres» y siguiente: Tarantino, EA, 30/4/03.
168 «la pesadilla que se cierne»: Collins, «The Funk of Steven Soderbergh».
168 «Tenía que ser algo personal»: Barbara Maltby, EA, 14/6/03.
168 «Hubo una serie de decisiones» y siguiente: Soderbergh, EA, 22/4/99.
169 «Cuando Redford empieza»: Annick Smith, EA, sin fecha.
169 «Redford trabaja de una manera»: Richard Pearce, EA, sin fecha.
169 «No hay nada siniestro»: Annick Smith, EA, sin fecha.
170 «En Rockefeller yo tenía»: Klein, EA, sin fecha.
170 «Este asunto lleva diez» y siguiente: Redford, EA, 13/11/90.
170 «Lo sentimos mucho, pero TriStar»: fuente confidencial.
170 «Yo lo habría llamado»: Collins, «The Funk of Steven Soderbergh».
171 «Bueno, si hubiera sabido»: fuente confidencial.
171 «Mira, sé que tenemos» y siguiente: Soderbergh, EA, 22/4/99.
171 «No es mi estilo»: fuente confidencial.
171 «Voy a quitar mi nombre» y siguiente: Soderbergh, EA, 2/5/02.
172 «Tardó tanto en empezar» y siguiente: Collins, «The Funk of Steven Soderbergh».
172 «nos hacían comprar» y siguiente: Tusk, EA, 3/2/00.
172 «Harvey me dijo que»: Gladstein, EA, 4/6/02.
173 «Me daba miedo que» y siguiente: Harvey Weinstein, EA, 18/7/02.
173 «¡No la hice para tu mujer!»: Tarantino, EA, 30/4/03.
173 «Creí que detestabais»: Bernard, *Quentin Tarantino: The Man and His Movies*, p. 161.
173 «¿Qué? ¿Quieres cortar...?» y siguiente: Tarantino, EA, 30/4/03; y Bernard, *Quentin Tarantino: The Man and His Movies*, p. 160.

173 «Menudo problema si»: Tarantino, EA, 30/4/03; Harvey Weinstein, EA, 18/7/02; y Bernard, *Quentin Tarantino: The Man and His Movies*, p. 164.
173 «No tuve que cortar nada» y siguiente: Tarantino, EA, 30/4/03.
174 «Cuando se estrenó»: Linde, EA, 16/11/99.
175 «Miramax le había dado por»: Tarantino, EA, 30/4/03.
175 «Creo que podrían»: Lawrence Bender, EA, 3/2/03.
175 «No está nada, nada mal»: Tarantino, EA, 4/4/94.
176 «No hubo en esos dos años»: Vossler, EA, 11/7/94.
176 «Además, no podía ser»: Margie Rochlin, «Quentin Tarantino, Filmmaker: Interview», *Playboy*, 11/94.
177 «Sí, sé que ha escrito»: Anders, EA, 17/11/98.
177 «Creo que voy a escribir» y siguiente: Bernard, *Quentin Tarantino: The Man and His Movies*, p. 218; EA, 15/11/99.
178 «había perdido su ventaja»: John Even Frook, «Miramax Paradiso», *Variety*, 21/9/92.
179 «Los acreedores llamaban» y siguiente: Tusk, EA, 31/1/00.
179 «Bob venía y decía»: Burkin, EA, 29/4/02.
179 «Yo solía ir»: Hirschberg, «The Mad Passion of Harvey and Bob».
180 «Harvey estaba bien jodido»: John Ptak, EA, 21/10/99.
180 «Son imbatibles» y siguiente: Safford, EA, 29/9/98.
181 «Eran los reyes» y siguiente: Schmidt, EA, 25/5/00.
181 «Harvey, si las cosas están así»: Finney, *The Egos Have Landed*, p. 274.
182 «Miramax era el grupo de gente»: Ptak, EA, 21/10/99.
182 «Sin *Juego de lágrimas»*: Schmidt, EA, 25/5/00.
182 «¿Qué te parece si Dil...?» y siguiente: Finney, *The Egos Have Landed*, p. 7.
182 «La haría si pusiera»: Neil Jordan, EA, 6/5/03.
183 «Esto es una estupidez» y siguiente: Woolley, EA, 16/4/03; Finney, *The Ego Have Landed*, p. 13.
183 «A ninguno de los que participaron»: Lechner, EA, 31/5/01.
183 «¿Y por qué?»: Woolley, EA, sin fecha.
184 «A la luz del contenido»: fuente confidencial.
184 «Podría haber dejado a Bob»: Deutchman, EA, 17/9/99.
184 «Me ponía nervioso»: Jordan, EA, 6/5/03.
184 «Neil estaba muy dolido» y siguiente: Woolley, EA, 27/2/02.
185 «¿Qué pasa con esta película?»: fuente confidencial.
185 «La consigna era»: Woolley, EA, 27/2/02.
185 «Luchamos por conseguir» y siguiente: fuente confidencial.
185 «Nunca forzamos a Midland»: Harvey Weinstein, EA, 11/11/03.
186 «Si queríamos comprarles»: Harvey Weinstein, EA, 11/11/03.
186 «Vamos a gastar diez» y siguiente: Harvey Weinstein, EA, 18/7/02
186 «No vamos a estrenarla»: fuente confidencial.
187 «Bob estaba agresivo»: Simon Perry, EA, 5/3/02.
187 «Siempre hablaba de fusiones»: fuente confidencial.

187 «Ésa era una gran preocupación»: Nik Powell, EA, 23/2/02.
187 «Vamos, chicos» y siguiente: fuente confidencial.
188 «No participé en las negociaciones»: Woolley, EA, 27/2/02.
189 «Nosotros nunca hicimos»: Harvey Weinstein, EA, 11/11/03.
190 «Esa película andaba»: Bowles, EA, 24/3/00.
190 «Invertir un millón para ganar»: Jeffrey Katzenberg, EA, 23/5/02.
190 «Estos chicos no saben»: Ptak, EA, 23/10/99.
190 «Llama a Harvey Weinstein» y siguiente: fuente confidencial.
191 «Nosotros dijimos»: Chris McGurk, EA, 1/5/01.
191 «Michael no quería integrar»: Katzenberg, EA, 23/5/02.
191 «Habíamos pasado un par de»: McGurk, EA, 1/5/01.
192 «Se veía venir»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
192 «Vivíamos una situación»: McGurk, EA, 27/8/01.
192 «¡Vamos a pagarles sesenta...!» y siguiente: Katzenberg, EA, 23/5/02.
193 «La gente me llamaba»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
193 «Eh, un momento» y siguiente: Rob Moore, EA, 1/5/00.
194 «Le dije a Wells»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
194 «A Eisner le preocupaba tanto»: Joe Roth, EA, 1/5/00.
195 «Lo que saben hacer»: Schmidt, EA, 7/8/03.
195 «A mí Michael Eisner»: Ken Auletta, «Beauty and the Beast», *New York*, 16/12/07.
195 «Cuando ves a Harvey y»: Hirschberg, «The Mad Passion of Harvey and Bob».
196 «¿Cuántas películas tiene...?» y siguiente: Ptak, EA, 9/2/99.
197 «La película que tanto admiramos»: Louis Malle, entrevista de James Greenberg, hacia 1994, inédita.

5. NO PUEDE NO TENERLA

página

198 Epígrafe: Smith, EA, 15/2/00.
198 «Fue un gran trato»: Hope, EA, 10/6/01.
198 «Sí, fue esa proyección» y siguiente: Tusk, EA, 3/2/00.
199 «En el mundo de las compras»: Ray, EA, 8/3/01.
199 «Cuando Miramax obtuvo» y siguiente: Bowles, EA, 7/6/00.
199 «En Miramax sospechaban»: Safford, EA, 29/9/98.
200 «¿Hong Kong?»: Tusk, EA, 3/2/00.
200 «En Miramax el lema»: Safford, EA, 29/9/98.
200 «Tras un día entero»: Amy Israel, EA, 1/5/01.
200 «Miramax podía permitirse»: McGurk, EA, 27/8/01.

201 «Yo pensaba: Muy bien»: Foley, EA, 13/7/01.
202 «Harvey tiene que verla» y siguiente: fuente confidencial.
202 «después de decirles a todos»: Estes, 29/10/99.
202 «la gente de Miramax» y siguiente: Urman, EA, 31/10/01.
203 «escena en *El bueno, el malo*»: redactado a partir de David Carr, «The Emperor Miramaximus», *New York*, 26/11/01.
203 «funcionaba» y siguiente: Bowles, EA, 24/3/00.
204 «A medida que aumentaban los riesgos»: Grillo, EA, 10/4/01.
204 «Una de las cosas que ha cambiado»: Ethan Hawke, EA, 28/10/02.
204 «Shaye dijo»: David O. Russell, EA, 30/8/01.
205 «Creía que me había perdido»: Russell, EA, 25/10/02.
205 «Hice una película que decía»: Russell, EA, 25/10/02.
206 «Ver esa película me dio»: Kevin Smith, Pierson, *Spike, Mike, Slackers* & Dykes, pp. 173-174; EA, 18/12/01.
207 «Ésta no es una película de Disney»: Tusk, EA, 3/2/00.
207 «La gente pensaba que»: Tusk, EA, 3/2/00.
207 «Perdí todo el negocio de Martin»: Harvey Weinstein, EA, 8/6/02.
207 «Esa peliculita tuya» y siguiente: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
208 «Miramax era la principal» y siguiente: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
208 «Me sorprende que nadie» y siguiente: Tusk, EA, 3/2/00.
209 «Una película estupenda»: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
209 «Señor Weinstein, es un honor»: Tusk, EA, 3/2/00.
209 «Habíamos leído mucho» y siguiente: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
210 «A mí no me interesaba»: Kevin Smith, EA, 18/12/01; *Frontline*, documental, 5/01.
210 «Ahora sería imposible»: Vachon, EA, 16/10/00.
210 «No importa si está en contacto»: Hope, EA, 10/6/01.
211 «Parecía que las películas»: Manne, EA, 28/10/01.
211 «La concurrencia era enorme»: Schulman, EA, 25/4/02.
211 «El festival de 1994»: Gilmore, EA, 9/3/01.
212 «la competencia atrajo»: Schulman, EA, 25/4/02.
212 «Gary Beer obtuvo»: Lory Smith, EA, 8/4/99.
212 «En Sundance se proyectan»: Payne, EA, 21/2/00.
213 «en un zoo, en un circo»: Ray, EA, 16/12/98.
213 «Al principio existía»: Lichter, EA, 2/10/98.
213 «Era una idea genial» y siguiente: Avary, EA, 2/5/02.
214 «Podríamos haber hecho» y siguiente: Tarantino, EA, 26/1/94.
214 «demasiado demencial»: Rick Hess, EA, 23/10/98.
214 «El peor escenario posible»: Tarantino, EA, 26/1/94.
215 «¡Por favor, léelo!» y siguiente: Gladstein, EA, 4/6/02.
216 «A diferencia de muchas otras»: Tarantino, EA, 26/1/94.
216 «Todo el mundo había dicho»: Hess, EA, 23/10/98.
216 «Harvey siempre quiso»: Safford, EA, 29/9/98.

216 «La base del poder de Harvey»: Marcy Granata, EA, 16/12/02.
217 «vendió el paquete»: Cassian Elwes, EA, 26/10/00.
217 «Espera un momento, Quentin» y siguiente: Avary, EA, 2/5/02.
218 «Las cosas que Roger considera»: Tarantino, EA, 11/7/03.
219 «Fue maravilloso poder llegar»: Tarantino, EA, 9/4/94.
219 «Quentin nació para ser famoso»: Rockwell, EA, sin fecha.
219 «No quiero que ese gilipollas» y siguiente: Tarantino, EA, 7/12/02.
220 «El primer fin de semana»: Foley, EA, 21/6/01.
221 «Quedamos boquiabiertos»: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
221 «Sí, mejor guión» y siguiente: Tarantino, EA, 10/6/94.
222 «Créeme, se te van a echar» y siguiente: Rockwell, EA, 13/7/95.
223 «Estaba muy asustada»: Anders, EA, 14/6/94.
223 «Mi vida cambió en un instante» y siguiente: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
226 «Harvey venía andando como un pato» y siguiente: Bowles, EA, 4/3/00.
227 «Es como el tipo que quiere»: fuente confidencial.
227 «Nos pidieron que introdujéramos»: Granata, EA, 16/12/02.
227 «Gill discutía con ellos» y siguiente: Spikes, EA, 23/7/01.
228 «De acuerdo, si eres tan bueno»: fuente confidencial.
229 «Cuando la gente hacía bromas»: Tusk, EA, 16/8/00.
229 «Mira [completar...]»: fuente confidencial.
229 «terrier anfetaminado»: fuente confidencial.
229 «Scott era el perro de ataque de Harvey»: Webster EA, 20/10/01.
229 «Dile que se vaya a la mierda» y siguiente: fuente confidencial.
229 «Scott, ¿por qué lo hice?»: fuente confidencial.
230 «Si había un trabajo»: Bowles, EA, 7/6/00.
230 «Soy un gran admirador»: Lechner, EA, 8/2/00.
230 «Muchas cosas eran muy»: fuente confidencial.
230 «¿Qué te parece, Scott?» y siguiente: fuente confidencial.
230 «¿Adónde vas, Scott?»: fuente confidencial.
231 «Cuando empecé, antes de lo de Disney»: Burkin, EA, 29/4/02
231 «Harve, no compres» y siguiente: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02
231 «En Europa nos despertaba la curiosidad» y siguiente: Bertolucci, EA, 26/5/03.
232 «Ya sabías cuál sería»: Thomas, EA, 11/4/02.
232 «Habían reclutado a un curioso»: Urman, EA, 31/10/01.
232 «Los preestrenos son un arma»: Bertolucci, EA, 26/5/03.
232 «No conseguía que Bernardo»: Harvey Weinstein, EA, 18/11/02.
233 «Es otra de sus fantasías»: Bertolucci, EA, 26/5/03.
233 «Ah, por cierto, vamos a ver» y siguiente: Urman, EA, 31/10/01.
233 «¿Por qué lo has permitido?»: Jeremy Thomas, EA, 11/4/02.
233 «Bernardo perdió la chaveta»: Urman, EA, 31/10/01.
233 «Busqué un bar» y siguiente: Bertolucci, EA, 26/5/03.
234 «Dejé a Bernardo hundido»: Thomas, EA, 11/4/02.

234 «Es un esnob» y siguiente: Bertolucci, EA, 26/5/03.

6. LA CASA QUE CONSTRUYÓ QUENTIN

página

235 Epígrafe: Hirschberg, «The Mad Passion of Harvey and Bob».
235 «El problema que teníamos»: Malin, EA, 6/8/02.
235 «Es una expresión demasiado»: Schmidt, EA, 27/3/01.
236 «¿Qué nos estás diciendo?» y siguiente: Ray, EA, 2/3/01.
237 «Vamos a hacer esa película» y siguiente: Jeff Lipsky, EA, 4/10/99.
238 «Gary es un arrogante»: Ray, EA, 2/3/01.
238 «A los de Allen & Co. los entendía»: Jeff Lipsky, EA, 4/10/99.
238 «Cosas estúpidas e insignificantes» y siguiente: Ray, EA, 2/3/01.
239 «me traicionó»: Jeff Lipsky, EA, 4/10/99.
239 «Desde entonces lo he lamentado»: Ray, EA, 2/3/01.
240 «Retomé el trabajo»: Foley, EA, 21/6/01.
240 «Nadie se lo esperaba»: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
240 «Antes de *Pulp*, Bob y Harvey»: Foley, EA, 21/6/01.
240 «Nunca tuve que decirle»: Harvey Weinstein, EA, 3/10/02.
241 «Quentin adoraba a Harvey»: Hess, EA, 23/10/98.
241 «Si me pusiera en el mercado»: Tarantino, EA, 4/4/94.
241 «Para Harvey, Quentin era» y siguiente: Hess, EA, 23/10/98.
241 «Es el único digno»: Harvey Weinstein, EA, 18/7/02.
241 «Quentin se convirtió en»: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
242 «Tony Scott le besó la mano»: Hess, EA, 23/10/98.
242 «Oye, si no salgo en las»: fuente confidencial.
242 «Demasiado aspaviento y demasiada»: Lechner, EA, 8/2/00.
242 «La imitación es algo que»: Lechner, EA, 8/2/00.
243 «Las películas de género son»: Chris Gore, «Soderbergh Unleashed», *Film Threat*, 1-5, 18/2/01-17/6/02.
243 «No paran de decirme que» y siguiente: Hawke, EA, 28/10/02.
245 «Fue entonces cuando dijeron»: Hess, EA, 23/10/98.
246 «La miramaxización de los independientes»: Ray, EA, 8/3/01.
246 «Si a tu peliculita no le va»: Schamus, EA, 2/7/02.
247 «Las agencias y los representantes»: Robert Newman, EA, 13/6/00.
248 «Lo más grande fue cuando» y siguiente: Anders, redactado a partir de *Frontline,* documental, 5/01.
248 «Los más importantes quieren»: Gilmore, *Frontline*, documental, 5/01.
249 «Un día Bob me gritó»: Katzenberg, EA, 23/5/02.

249 «Bob entró y se puso»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
249 «inflando las cifras»: Bill Mechanic, EA, 2/5/01.
250 «Tenéis que hacerlo» y siguiente: Mechanic, EA, 2/5/01.
250 «En la industria del cine»: Joe Roth, EA, 1/5/00.
250 «Hasta el día de hoy»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
250 «Creo que tenéis un gran» y siguiente: Joe Roth, EA, 1/5/00.
252 «Si oía que Jim Wiatt» y siguiente: Joe Roth, EA, 1/5/00.
252 «En Disney funcionaba una máquina»: Foley, EA, 21/6/01.
252 «Se parecen lo suficiente»: Joe Roth, EA, 1/5/00.
253 «Miramax se creó para»: McGurk, EA, 1/5/01.
253 «Miramax se comportaba como» y siguiente: Joe Roth, EA, 1/5/00.
253 «Les gustaba la gente que»: Moore, EA, 1/5/00.
253 «Miramax no tenía identidad»: fuente confidencial.
254 «Creí que era una broma»: fuente confidencial.
254 «El trato de New Line»: Moore, EA, 1/5/00.
254 «Mientras yo estuve allí»: Joe Roth, EA, 1/5/00.
254 «Pues adelante»: fuente confidencial.
254 «Volvieron loco a McGurk»: fuente confidencial.
255 «Se trata de un chico»: Vachon, EA, sin fecha.
255 «Su idea del sexo seguro»: Marc Fisher, «"Kids": The Darker Side of Disney», *Washington Post*, 6/8/95.
256 «Mi amigo dijo» y siguiente: Konrad, EA, 10/6/02.
256 «Miramax iba a darnos dinero»: Larry Clark, EA, 22/10/03.
256 «Si hubiera dependido de mí» y siguiente: Vachon, EA, sin fecha.
257 «Ella estaba acostumbrada»: Clark, EA, 22/10/03.
257 «Vaya, enhorabuena»: fuente confidencial.
258 «Harvey el encargado de las compras»: Lechner, EA, 31/5/01.
258 «*Los hermanos McMullen,* de Ed Burns»: Kevin Smith, EA, 6/6/02.
258 «Era un lugar disfuncional»: Schulman, EA, 25/4/02.
259 «Bob ve las cosas»: Van Wagenen, EA, 22/10/03.
259 «Me gusta la idea» y siguiente: fuente confidencial.
260 «Desaparecía seis o nueve»: fuente confidencial.
260 «No importa quién seas»: Van Wagenen, EA, 22/10/03.
260 «Bob es casi genéticamente»: fuente confidencial.
261 «¡Vete a la mierda!» y siguiente: Avary, EA, 2/5/02.
261 «Siempre tengo que luchar»: Bernard, *Quentin Tarantino: The Man and His Movies*, p. 240.
261 «Y la verdad es que ahora»: Bernard, *Quentin Tarantino, The Man and His Movies*, p. 243.
261 «Lo que me importaba»: Tarantino, EA, 11/7/03.
262 «Estar en un plató»: Collins, «The Funk of Steven Soderbergh».
262 «Estaba aburrido, estaba»: Soderbergh, EA, 2/5/02.
262 «El problema de mi matrimonio» y siguiente: Collins, «The Funk of Steven

Soderbergh».
263 «La gente seguía pensando» y siguiente: Soderbergh, EA, 2/5/02
263 «¿Conoces a alguien...?» y siguiente: Linklater, EA, 12/3/01.
264 «por su eclecticismo» y siguiente: Soderbergh, EA, 2/5/02.
264 «Peleábamos como perro y gato»: Collins, «The Funk of Steven Soderbergh».
264 «¿De qué iba todo eso?»: Soderbergh, EA, 2/5/02.
264 «Estaba tan cerrado»: Lim, «Having Your Way with Hollywood».
264 «Creo que quería sentirme» y siguiente: Soderbergh, EA, 2/5/02.
265 «Dijo algo así como»: Russell, EA, 30/8/01.
265 «Vas a conocer a Weinstein»: Russell, EA, 8/12/02.
265 «Fui al East Chop»: Russell, EA, 30/8/01.
265 «Para mí, ese asunto»: Russell, EA, 25/10/02.
265 «Después de cerrar el trato» y siguiente: Russell, EA, 30/8/01.
267 «Lo que me enferma de Miramax»: Russell, EA, 25/10/02.
267 «Harvey se moría por»: Konrad, EA, 10/6/02.
268 «brutal y anticatólica»: Schweizer and Schweizer, *Disney: The Mouse Betrayed*, p. 212.
268 «Fue abrumadora la cantidad»: Linde, EA, 19/11/99.
268 «El cardenal O'Connor encendió»: Harvey Weinstein, EA, 18/7/02.
268 «Harvey no tenía conciencia»: Linde, EA, 16/11/99.
268 «Sólo quiero decirte que» y siguiente: McGurk, EA, 27/8/01.
269 «En muchos aspectos, *Priest*»: Bowles, EA, 24/3/00.
269 «sólo lo hacía para joder»: fuente confidencial.
269 «Tuvimos un par de años»: Joe Roth, EA, 1/5/00.
269 «Dijo: "¿Sabes...?"»: Israel, EA, 1/5/01.
269 «Si Harvey creía en una película»: Hart, EA, 17/9/02.
269 «Primero escogimos citas»: Peter Kindlon, EA, 4/10/02.
270 «Era demasiado polémica»: Clark, EA, 22/10/03.
270 «voyeurista, una explotación» y siguiente: Richard Brook, «Disney Caught in "Child Porn" Film Row», *The Guardian*, 28/5/95.
270 «pesadilla de depravación»: Bob Dole, discurso pronunciado el 31/5/95.
270 «La vi y dije»: Joe Roth, EA, 1/5/00.
270 «La película de Clark era»: Bowles, EA, 24/3/00.
271 «Sentó un mal precedente»: Joe Roth, EA, 1/5/00.
271 «A mí me encanta el cine»: Mark Jolly, «Growing Up Fast: *Kids», The Times* (Londres), 30/7/95.
271 «Harvey y Bob hicieron» y siguiente: Clark, EA, 22/10/03.
272 «Recaudó siete millones»: Harvey Weinstein, EA, 11/11/03.
272 «Para Miramax, fue»: Vachon, EA, sin fecha.
272 «Mientras todos pensaban»: Tusk, EA, 3/2/00.
272 «Bob y Harvey querían pescar»: Bowles, EA, 24/3/00.
272 «Les ofrecimos *Bully»:* Clark, EA, 22/10/03.

7. SUBIENDO EL VOLUMEN

página

273 Epígrafe: Bernard Weintraub, «Mavericks Adapting to Power of the Studios», *New York Times*, 24/6/96.
273 «Siempre quise ser»: Tarantino, EA, 30/4/03.
273 «Lo llevé yo»: Rodriguez, EA, 14/6/03.
273 «Se volvió difícil hacer»: Tarantino, EA, 30/4/03.
274 «Básicamente he estado pagando» y siguiente: Biskind, «Four Rooms», 12/95.
275 «Era realmente emocionante» y siguiente: Anders, EA, 3/11/98.
275 «Yo fui el que lanzó» y siguiente: Biskind, «Four Rooms», 12/95.
276 «Era algo muy personal» y siguiente: Anders, EA, sin fecha.
277 «Muy bien, yo puedo acortar»: Biskind, «Four Rooms», 12/95.
277 «¿Quién va a decirle a Quentin...?»: ídem.
277 «Mi episodio duraba»: Anders, EA, 13/6/00.
277 «Vas a ser un insignificante director»: Bernard, *Quentin Tarantino: The Man and His Movies*, p. 230.
277 «¿Sabéis cuál es el problema...?»: Anders, EA, 17/11/98.
277 «La verdad es que no creo» y siguiente: Anders, EA, 13/6/00.
278 «Cuando el dentista me dijo»: Rockwell, EA, 11/6/03.
278 «Quentin decidió que tenía» y siguiente: Anders, EA, 13/6/00.
278 «Ésta sí que es una idea» y siguiente: Anders, EA, 3/11/98.
278 «Quentin estaba muy avergonzado»: Coen, EA, 15/10/03.
279 «Me llamó Bob Weinstein y»: Anders, EA, 13/6/00.
281 «No puede estar en un entorno»: Safford, EA, 29/9/98.
281 «Una semana antes de que se estrenara»: Payne, EA, 21/2/00.
281 «¿Quién diablos es responsable...?» y siguiente: Konrad, EA, 10/6/02.
282 «Harvey quería un final más» y siguiente: Payne, EA, 21/2/00.
282 «Cary, van a enterarse»: fuente confidencial.
282 «Hasta los agentes lloraron» y siguiente: Jonathan Taplin, EA, 2/2/99.
284 «¿Te gustó *Shine,* Eamonn?»: Bowles, EA, 24/3/00.
285 «Ha llegado el águila»: Israel, EA, 1/5/01.
285 «¡Fine Line ha comprado *Shine!»* y siguiente: Bowles, EA, 24/3/00.
285 «Tony se fue media hora»: Carlos Goodman, EA, 2/10/98.
285 «¡Imbécil! ¡Me has jodido!»: Taplin, EA, 2/2/99.
285 «No le puse la mano encima»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
285 «Estuvo a punto de ponerse»: Debbie Newmyer, EA, 20/4/99.
285 «Por una vez en tu vida»: Lichter, EA, 2/10/98; Debbie Newmyer, EA, 20/4/99.
285 «¡Cállate, puta!»: Taplin, EA, 2/2/99.

285 «¡No le hables así a mi amiga!»: Goodman, EA, 2/10/98.
285 «Vas a necesitar más abogados» y siguiente: Taplin, EA, 2/2/99.
286 «¡Soy demasiado grande...!»: Susan Glatzer, EA, 26/4/00.
286 «Arruiné mi reputación»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
286 «Pactamos las condiciones»: Safford, EA, 29/9/98.
286 «Bien, Tony, ¿tenías la copia?» y siguiente: Tusk, EA, 3/2/00; fuente confidencial.
287 «¡Oh, no, Scott, no tienes...!»: Tusk, EA, 3/2/00.
288 «un anuncio de Dr Pepper»: Bowles, EA, 24/3/00.
288 «1996, el año de *Shine*»: Gilmore, EA, 9/3/01.
289 «Que la rechazara Sundance»: Tenenbaum, EA, 2/10/99.
289 «un festival que se nos había pegado»: Kenneth Turan, *Sundance to Sarajevo* (Berkeley, University of California Press, 2002), p. 33.
289 «No es ningún secreto que Sundance»: David Geffner, «Surviving Park City: Do the Craziest 10 Days in January Still Matter?», *Moviemaker*, 2001.
289 «Respondí al espíritu»: Soderbergh, EA, 22/4/99.
289 «volvieron a joderla»: Tenenbaum, EA, 2/10/99.
290 «Me cansé de presentar»: Safford, EA, 29/9/98.
290 «Me he enterado de que» y siguiente: Safford, EA, 4/12/02.
290 «Otra vez me porté mal»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
291 «Tiraron mis archivos»: Safford, EA, 4/12/02.
291 «Pero Redford quería el control creativo»: Jonathan Sehring, EA, 24/7/00.
291 «No tenían ni idea»: fuente confidencial.
292 «Una parte enorme de»: fuente confidencial.
292 «Era, sin duda alguna»: Pierson, EA, 26/11/01.
293 «¡Sed graciosos, como Chéjov!»: fuente confidencial.
293 «Ésa no es la clase de director» y siguiente: Pierson, EA, 26/11/01.
295 «Larry, ¿quieres que me corten...?: Bowles, EA, 24/3/00.
295 «Muy bien; ahora te toca a ti» y siguiente: Elwes, EA, 26/10/00
295 «Ya he visto media hora»: Bowles, EA, 24/3/00.
296 «¿Cuánto quieres por esta...?» y siguiente: Elwes, EA, 26/10/00.
297 «Fue una estupidez»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
297 «Billy me dejó muy claro» y siguiente: Larry Meistrich, EA, 13/5/03.
298 «Hicimos una de esas proyecciones» y siguiente: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
298 «Billy Bob tiene muy malas pulgas»: Bowles, EA, 24/3/00.
298 «Soy un judío gordo y peludo»: fuente confidencial.
298 «Weinstein dijo: "Voy a vendérsela…"» y siguiente: Elwes, EA, 26/10/00.
298 «Te voy a clavar un tenedor»: fuente confidencial y Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
299 «Esas peleas no tenían final» y siguiente: Meistrich, EA, 13/5/03.
299 «Necesitaban a Billy para que»: Elwes, EA, 26/10/00.
299 «[Los Weinstein] pagan a la gente»: fuente confidencial.

299 «Harvey la quiere, ¿cedes...?» y siguiente: Mechanic, EA, 2/5/01.
301 «Nos criamos en los bosques»: Mattheu Gilbert, «Southern Discomfort», *Boston Globe*, 7/2/97.
301 «Silly Slob», el vago tonto: Richard Corliss, «Billy Bob… Olivier?, *Time*, 10/2/97.
301 «No sé por qué siempre tengo»; Schneller, *«Us* interview: Billy
Bob Thornton»; Mark Jacobson, «Citizen Billy Bob», *Esquire*, 4/97.
301 «Rezumaba odio a mí mismo»: Patrick Goldstein, «A story That Hits Close to Down Home», *Los Angeles Times*, 24/11/96.
302 «Nos dejamos la piel»: Jacobson, «Citizen Billy Bob».
302 «Lo cual me intrigaba muchísimo» y siguiente: Ray, EA, 2/3/01
304 «Te envían carteles para que»: Payne, EA, 21/2/00.
304 «Lo cierto es que creo»: Konrad, EA, 10/6/02.
305 «Me indigné porque» y siguiente: Jim Taylor, EA, 18/10/01.
305 «No recibí ni una sola carta»: Payne, EA, 21/2/00.
305 «Pasabas ese anuncio»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
305 «Saul, como todos nosotros»: Thomas, EA, 11/4/02.
306 «Mis amigos son mis amigos» y siguiente: Anthony Minghella, EA, 30/10/01.
308 «Llamé a todo el mundo»: Pollack, EA, 10/6/02.
308 «Miramax había estado revoloteando» y siguiente: Elwes, EA, 26/10/00.
308 «"Eso es fantástico..."»: Peter Jackson, EA, 12/11/03.
308 «Saul estaba enamorado de mí»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02
309 «A Miramax le entró el pánico» y siguiente: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
309 «Le di a Peter»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
310 «De repente leí un artículo» y siguiente: Mechanic, EA, 2/5/01.
310 «Sé que el nombre de Demi»: Minghella, EA, 30/10/01.
310 «Anthony sonreía y decía»: Mechanic, EA, 2/5/01.

8. NADANDO ENTRE TIBURONES

página

311 Epígrafe: John Pierson, EA, 13/1/02.
311 «No te preocupes, no es de terror» y siguiente: fuente confidencial.
312 «A Bob le parecía»: Konrad, EA, 10/6/02.
312 «Yo no quería que fuese» y siguiente: Bob Weinstein, EA, 5/11/03.
312 «Tiene subidas y bajadas»: B. J. Rack, EA, 1/12/99.
313 «Estoy asustado» y siguiente: Konrad, EA, 10/6/02.
314 «Lo trataron muy mal»: Rack, EA, 1/12/99.
314 «Trataron de que siguiéramos»: Konrad, EA, 10/6/02.

314 «Para mí esa máscara»: Bob Weinstein, EA, 5/11/03.
314 «Hemos llegado a un impasse» y siguiente: Konrad, EA, 10/6/02.
315 «Me enseñó cuarenta minutos»: Bob Weinstein, EA, 5/11/03.
315 «A partir de ese momento» y siguiente: Rack, EA, 1/12/99.
318 «Bob es capaz de hablar»: Lechner, EA, 31/5/01.
319 «Bob dice: "Quiero..."»: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
319 «En cuanto tropezaban con algo» y siguiente: Rack, EA, 1/12/99
320 «A partir del primer día» y siguiente: Matthew Robbins, EA, 8/11/03.
321 «Tengo que irme a dormir» y siguiente: Rack, EA, 1/12/99.
323 «Era mejor hablarlo con Harvey»: Tarantino, EA, 30/4/03.
323 «Guillermo no se va» y siguiente: Rack, EA, 1/12/99.
324 «Mira lo salvó» y siguiente: Tarantino, EA, 30/4/03.
325 «Acababa de estallar» y siguiente: James Mangold, EA, 10/6/02
327 «Estaba deseperado por»: fuente confidencial.
327 «La mayoría de los estudios no»: Konrad, EA, 10/6/02.
328 «Cogí el metro»: Mangold, EA, 10/6/02.
328 «Para triunfar hay que»: Steinberg, EA, 21/2/00.
328 «no le tenía miedo a nada»: Lechner, EA, 8/2/00.
328 «A Poster no le gustaba»: Gigliotti, EA, 14/2/01.
328 «Le dije: "Meryl..."»: Mangold, EA, 10/6/02.
328 «encontró una manera de aprovechar»: Konrad, EA, 10/6/02.
328 «Hay que tener cuidado» y siguiente: Mangold, EA, 10/6/02.
330 «¡Aquí Brooklyn!»: fuente confidencial.
330 «¡Vaya memez!»: fuente confidencial.
330 «Me sentí bastante jodido»: Mangold, EA, 10/6/02.
331 «Fue un *love-in»:* Bob Weinstein, EA, 5/11/03.
331 «Harvey no le prestó mucha atención»: Konrad, EA, 10/6/02.
331 «Creo que es algo»: Foley, EA, 13/7/01.
331 «Me pasaba el día peleando»: Harvey Weinstein, EA, 30/10/02.
331 «lo peor que podías hacer»: Tusk, EA, 7/2/00.
332 «Pese a ese psicodrama fraterno»: Foley, EA, 13/7/01.
332 «Es imposible hacer nada»: Bowles, EA, 24/3/00.
332 «Estrenabas una película de Bob» y siguiente: Foley, EA, 13/7/01
333 «La [opinión ortodoxa] era:» Bob Weinstein, EA, 5/11/03.
333 «¿Quién estrena una película...?»: Lechner, EA, 8/2/00.
333 «Todo el mundo me dice»: fuente confidencial.
333 «Bob se mantuvo en sus trece»: Konrad, EA, 10/6/02.
334 «Cary hizo lo peor»: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
335 «Las dos terceras partes»: Tusk, EA, 7/2/00.
335 «Esas películas compradas en»: Barker, EA, 14/1/99.
336 «No me importa lo que piensen» y siguiente: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
336 «Creó el fenómeno de reconocimiento»: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
336 «Los anuncios televisivos»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.

336 «Creo que si no se la hubiéramos vendido»: Elwes, EA, 26/10/00.
337 «Dios me dio este cuerpo»: Ann Oldenburg, «Pietra Thornton Bares Body and Soul», *USA Today*, 8/12/97.
337 «Se parece a hacer uno de esos tests»: Steven Rosen, «Billy Bob Thornton's Anonymity at an End», *Denver Post*, 16/2/97.
337 «Somos los perdedores»: fuente confidencial.
338 «Oh, tienes que venir» y siguiente: Soderbergh, EA, 2/5/02.
338 «Vendimos doscientas cuarenta mil»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
338 «Cuando les presentabas un informe»: Meistrich, EA, 13/5/03.
339 «Harvey es como Pac-Man»: Elwes, EA, 26/10/00.
339 «En este negocio, ir a juicio»: Meistrich, EA, 13/5/03.
339 «Meistrich no cobró nada»: Harvey Weinstein, EA, 11/11/03.
339 «Voy a matarte»: «Wife Sues "Slim Blade" Star», *Times Picayune*, 20/9/97.
339 «Su defensa a lo Marv Albert» y siguiente: Rosen, «Billy Bob Thornton's Anonymity at an End».
340 «Esas dos películas fueron»: Ray, EA, 2/3/01.
340 «Avanzamos mucho»: Ray, EA, 2/3/01.
340 «No era codicia»: Schmidt, EA, 30/7/03.
340 «Toda la buena voluntad»: Ray, EA, 29/9/01.
340 «Si no cerrábamos»: Schmidt, EA, 30/7/03.
341 «Si vas a jugar la carta»: Ray, EA, 8/3/01.
341 «Tenía mucha experiencia»: McGurk, EA, 1/5/01.
342 «Amir, escucha» y siguiente: Schmidt, EA, 30/7/03.
342 «Diríamos que ese punto» y siguiente: Ray, EA, 8/3/01.
342 «Bingham temía que» y siguiente: Amir Malin, EA, 6/8/02.
342 «Cualesquiera que fuesen» y siguiente: Ray, EA, 8/3/01.
343 «Fue una jugada»: Schmidt, EA, 30/7/03.
343 «Quise actuar rápidamente»: Ray, EA, 8/3/01.
343 «Amir escogió un pozo»: fuente confidencial.
343 «Bueno, ¿qué quieres hacer?» y siguiente: Ray, EA, 8/3/01.
344 «Me senté con Bingham»: Malin, EA, 6/8/02.
344 «Durante años nos trataron»: Ray, EA, 15/2/01.
345 «¿Por qué tienen los directores...?»: John Clark and Elaine Dutka, «Miramax Finds Success Breeds Admiration, Envy», *Los Angeles Times*, 30/1/97.
346 «Desde entonces no he recibido»: Minghella, EA, 1/11/01.
346 «Cobraréis en octubre»: fuente confidencial.
346 «Adelante. Somos Walt Disney»: fuente confidencial.
346 «Harvey el monstruo»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
346 «¿Qué tiene que ver...?»: Zaentz, EA, 6/11/03.
346 «Eres tú el que lanzas»: Thomas, EA, 11/4/02.
347 «es un vendedor ambulante»: David Carr, «The Emperor Miramaximus».
347 «enfadado/resignado» y siguiente: Walter Murch, EA, 14/11/00.
347 «En lo que atañe al dinero» y siguiente: Minghella, EA, 1/11/01.

348 «¡No! Billy Wilder dijo una vez»: Zaentz, EA, 6/11/03.
348 «Harvey sabe que detesto esa mierda»: Tarantino, EA, 30/4/03.

9. ACE Y GARY

página

349 Epígrafe: Damon, EA, 12/9/97.
349 «Me arrastraban»: Ben Affleck, EA, 21/2/02.
350 «¿Por qué diablos queréis...?»: Damon, EA, 12/9/97.
350 «Mi agente dijo que era» y siguiente: Affleck, EA, 21/2/02.
352 «Ben tiene razón cuando dice»: Hawke, EA, 28/10/02.
352 «Sí, ahora la gente»: Affleck, EA, 21/2/02.
352 «Sólo decíamos "Stallone..."» y siguiente: Damon, EA, 26/9/01
353 «Estuvimos de acuerdo» y siguiente: Affleck, EA, 21/2/02.
354 «Lo primero que averiguamos» y siguiente: Damon, EA, 26/9/01.
355 «Tenemos que progresar» y siguiente: Affleck, EA, 21/2/02.
355 «Nos pasamos un año» y siguiente: Affleck, EA, 21/2/02.
357 «Tenía que comprarla alguien»: Damon, EA, 26/9/01.
357 «Fue otra fea decepción»: Affleck, EA, 21/2/02.
358 «¿Puedo volver a casa ahora?»: Smith, EA, sin fecha.
358 *«Persiguiendo a Amy* es una película»: *Frontline*, documental, 5/01.
358 «Esto es un negocio, Kevin» y siguiente: Kevin Smith, EA, 18/12/01
358 «Todo el mundo nos lo advirtió» y siguiente: Damon, EA, 26/9/01.
359 «Nos enamoramos de él»: Affleck, EA, 21/2/02.
359 «Era mercancía tarada»: Lechner, EA, 8/2/00.
359 «No tenéis que aceptar» y siguiente: Damon, EA, 26/9/01.
359 «Sabíamos que él discutía»: Affleck, EA, 21/2/02.
360 «Harvey, contratémoslo»: Webster, EA, 20/10/01.
360 «Muchos de esos tipos»: Van Sant, EA, 18/10/01.
360 «Sólo quiero que sepáis» y siguiente: Damon, EA, 26/9/01.
362 «Me encanta Lawrence»: Lechner, EA, 3/5/01.
362 «¡Vete a la mierda, Lawrence!» y siguiente: Affleck, EA, 21/2/02
363 «Wildwood es un desastre» y siguiente: fuente confidencial.
364 «Poner de socio a General Cinema» y siguiente: Gary Meyer, EA, 27/11/01.
365 «Fue pura arrogancia»: fuente confidencial.
366 «Las películas con las que a Harvey»: Konrad, EA, 7/6/02.
366 «A Harvey no le interesa mucho»: Lechner, EA, 8/2/00.
366 «Nosotros no desarrollamos películas»: Corie Brown, artículo para *Newsweek*, inédito, hacia 2/00.

366 «Mi mayor frustración»: Konrad, EA, 10/6/02.
367 «Harvey no es el mejor del mundo» y siguiente: Webster, EA, 20/10/01.
368 «Siempre hay algún problema»: Tusk, EA, 16/8/00.
369 «La haremos» y siguiente: fuente confidencial.
369 «Presencié cómo lo masacraron»: Webster, EA, 20/10/01.
370 «Nos despertaremos todos los días» y siguiente: fuente confidencial.
370 «Era matar o morir»: Gill, EA, 11/2/03.
370 «¡Tenemos que escoger a alguien...!»: fuente confidencial.
370 «Trabaja para Dimension»: fuente confidencial.
370 «Tenían una mentalidad»: Lechner, EA, 31/5/01.
371 «Scott vino a verme en Fox»: Mechanic, EA, 2/5/01.
371 «Scott es un buen negociador»: McGurk, EA, 1/5/01.
371 «Mirad, reunámonos con este tío» y siguiente: Ray, EA, 8/3/01
372 «Basándonos en la confianza de»: Schmidt, EA, 9/5/00.
373 «el más feo del planeta» y siguiente: Hirschberg, «Crabgrass Gothic», *New York Times Magazine*, 27/9/98.
374 «Hay que quitarle esas escenas»: Hope, EA, 10/6/01.
374 «no le gustaba Amir»: Schmidt, EA, 31/7/03.
374 «Esto es ideal para nosotros» y siguiente: Ray, EA, 19/3/01.
374 «¡El único error que cometió October...!»: Hope, EA, 10/6/01.
374 «Era una de las pocas películas» y siguiente: Vachon, EA, 1/6/01
375 «Es un material absorbente»: Ray, EA, 19/3/01.
375 «Mientras nosotros teníamos que» y siguiente: Vachon, EA, 1/6/01.
375 «no quería irse»: Schmidt, EA, 31/7/03.
375 «Me sorprende que lo dejaran»: fuente confidencial.
376 «Cuando Greenstein se incorporó»: Ray, EA, 16/12/98.
376 «Harvey empezó a lanzar»: Schmidt, EA, 9/6/00.
376 «Desde la puerta del despacho»: Ray, EA, 16/12/98.
377 «Nunca vi que nadie»: Glatzer, EA, 26/4/00.
377 «Me di cuenta de adónde»: Ray, EA, 8/3/01.
378 «Creo que deberías poner» y siguiente: Elwes, EA, 26/10/00.
378 «Bingham, permíteme que te dé»: Woods, EA, 30/11/99.
378 «Había mástiles y más mástiles»: Ray, EA, 8/3/01.
378 «Scott intentaba escapar»: Bowles, EA, 7/6/00.
379 «Quiero verla» y siguiente: Elwes, EA, 26/10/00.
379 «¿Dónde está Harvey?» y siguiente: Ray, EA, 8/3/01.
380 «Quieren hablar contigo» y siguiente: Elwes, EA, 26/10/00.
381 «¿Dónde coño está Harvey?» y siguiente: Ray, EA, 8/3/01.
382 «Oh, mierda, se me ha olvidado» y siguiente: Elwes, EA, 26/10/00
382 «Cassian, si sales de esta sala»: Schmidt, EA, 25/5/00.
382 «¿Qué diablos pasa?» y siguiente: Elwes, EA, 26/10/00.
383 «Cassian, la verdad es que» y siguiente: Schmidt, EA, 25/5/00.
384 «He cambiado de opinión»: Elwes, EA, 26/10/00.

384 «Me retiré después de ofrecer»: Harvey Weinstein, EA, 3/10/02
384 «Tienes mucho valor» y siguiente: Elwes, EA, 26/10/00.
384 «Esto se ha ido a pique»: Ray, EA, 8/3/01.
384 «De acuerdo, cerramos el trato»: Schmidt, EA, 25/5/00.
385 «Creo que jugó con Cassian»: Bowles, EA, 7/6/00.
385 «Amir Malin es Satán»: Glatzer, EA, 26/4/00.

10. SOÑAR CON LA FAMA

página

386 Epígrafe: Lynn Hirschberg, «The Two Hollywoods: The Man Who Changed Everything», *New York Times*, 16/11/97.
386 «Nunca hubo un solo problema»: Damon, EA, 26/9/01, 12/9/97.
386 «Estupendo. Ahora que pase la prueba»: Van Sant, EA, 18/10/01.
386 «Ha sacado un 94» y siguiente: Affleck, EA, 21/2/02.
387 «La mentalidad de Harvey»: Damon, EA, 26/9/01.
387 «Quentin y yo practicamos» y siguiente: Affleck, EA, 21/2/02.
387 «En la marquesina pusieron»: Damon, EA, 26/9/01.
388 «Para entonces la película»: Affleck, EA, 21/2/02.
388 «Muy bien, chicos» y siguiente: Damon, EA, 26/9/01; fuente confidencial.
388 «Ni a Matt ni a Ben»: Van Sant, EA, 18/10/01.
389 «Gus está lleno de mierda»: Affleck, EA, 21/2/02.
389 «Para dos chicos de Boston»: Damon, EA, 3/10/01.
389 «Me llamaba y me decía»: Damon, EA, 30/10/01.
389 «Esos chicos pasaron de» y siguiente: Van Sant, EA, 18/10/01.
390 «El intercambio es» y siguiente: Affleck, EA, 21/2/02.
391 «Ben es mucho más espabilado»: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
392 «La gente va a ver»: Lee, EA, 8/11/02.
392 «No conozco a nadie»: Len Klady, *«Scream 2* Debut coin Overstated», *Variety*, enviado el 21/12/97.
392 «Después Dick Cook les dijo»: Joe Roth, EA, 1/5/00.
392 «en los círculos»: Klady, *«Scream 2* Debut Coin Overstated».
393 «Quentin había hecho la película»: fuente confidencial.
393 «Quentin se pasó casi todo»: Rodriguez, EA, 17/6/03.
394 «Trigger es el Uma Thurman»: fuente confidencial.
394 «Yo me iba a su hotel»: Louis Black, EA, 5/6/03.
394 «Le encantaba» y siguiente: Dulce Durante, EA, 17/6/03.
394 «Llamé a Quentin y me dijo»: fuente confidencial.
394 «Hará prácticamente cualquier cosa»: fuente confidencial.

394 «No era Martin Scorsese»: fuente confidencial.
395 «Demasiado imprevisible»: Hess, EA, 23/10/98.
395 «Es un tío fenomenal, de veras»: Black, EA, 5/6/03.
395 «Quentin no es James Stewart»: Jennifer Beals, EA, 2/7/03.
395 «Antes de ser famoso» y siguiente: Tarantino, EA, 30/6/03.
396 «¡Hurra! ¡Les ha encantado!» y siguiente: Tarantino, EA, 3/2/03.
398 «No digo que no se pueda» y siguiente: Lee, EA, 8/11/02.
398 «ignorante»: «Quentin's Race Slurs Spark Brawl», «Page Six», *New York Post*, 5/5/98.
398 «Lo siento; si quiere defender» y siguiente: Kevin Merida, «Spike Lee, Holding Court», *Washington Post*, 1/5/98.
398 «Spike, tienes que dejar» y siguiente: Lee, EA, 8/11/02.
398 «Eso me lo dijo Quentin»: Lee, EA, 8/11/02; S. F. Said, «Getting Spikey, *The Context* interviews Spike Lee, director of *Bamboozled», <*thecontext.com>, 6/4/01.
398 «Me tendió la mano»: Tarantino, EA, 30/6/03.
399 «Se parecía mucho a la»: Tarantino, EA, 30/6/03
399 «Más o menos todo lo que hice»: Quentin Curtis, The Arts:
«Why I'm Not afraid of Failing in New York», *Daily Telegraph*, 19/6/98.
400 «Me pareció una película» y siguiente: Darren Aronofsky, EA, 11/12/01.
401 «[en Miramax] cuando filmas»: Webster, EA, 20/10/01.
402 «¿No podéis poner unas chicas...?»: fuente confidencial.
402 «Harvey pensaba que *54»:* Deutchman, 1/3/00.
402 «Cuando una película no pasa»: fuente confidencial.
402 «De repente, y como por milagro»: Webster, EA, 20/10/01.
402 «Lo que se discutió fue» y siguiente: Lechner, EA, 31/5/01.
404 «Un montador amigo mío»: Ivory, EA, 9/7/01.
404 «Aquí dentro, en alguna parte» y siguiente: fuente confidencial.
404 «El origen de todo fue»: Lechner, EA, 31/5/01.
405 «Se descarriló cuando comenzó»: Peter Newman, EA, 1/6/01.
405 «Harvey se pone personal»: Gigliotti, EA, 14/2/01.
405 «Miramax había cambiado mucho»: Lechner, EA, 31/5/01.
406 «Ahí empezaron a ponerse»: Schmidt, EA, 9/5/00.
406 «No sé si lo sabéis, pero» y siguiente: Ray, EA, 19/3/01.
406 «Lo comprobé con Bobby Duvall»: Schmidt, EA, 9/6/00.
406 «Eso no tuvo nada que ver»: Rob Carliner, EA, 20/10/03.
406 «No puedo creer que hagas»: Schmidt, EA, 9/6/00.
406 «se puso rojo de furia»: Ray, EA, 19/3/01.
407 «Bingham le gritaba»: fuente confidencial.
407 «Si uno echa un vistazo» y siguiente: Schmidt, EA, 9/6/00.
408 «Scott siempre estaba hablando»: Glatzer, EA, 26/4/00.
408 «Scott decía sistemáticamente»: Ray, EA, 19/3/01.
408 «Scott era un manipulador»: Carliner, EA, 20/10/03.

408 «Hola, Matt. Aquí estamos»: *South Park* CD.
409 «Scott nunca le dijo»: fuente confidencial.
409 «Eso nunca fue un problema»: Sandy Stern, EA, 20/10/03.
409 «Nada pudo herir más»: Rice, EA, 23/7/01.
409 *«Camino al cielo* se benefició»: Schmidt, EA, 31/7/03.
410 «¿No podía haber esperado...?» y siguiente: fuente confidencial.
410 «Alucinó»: Ed Zwick, EA, 29/8/03.
411 «Os daré a Peter Jackson»: Gigliotti, EA, 14/2/01.
411 «¿A quién le importa...?»: McGurk, EA, 18/6/03.
411 «Fueron muy codiciosos»: John Logigian, EA, 30/10/03.
411 «"¿Sabes una cosa?…"»: Gigliotti, EA, 3/10/01.
411 «Mira, ni siquiera sé con quién»: fuente confidencial.
412 «No creo que a nadie»: Gigliotti, EA, 14/2/01.
412 «Harvey estaba tan arrepentido»: Zwick, EA, 29/8/01.
412 «Olvídate de *Dogma»*: Kevin Smith, EA, 6/6/02.
413 «¿Vas a trabajar en esa...?»: fuente confidencial.
413 «Harvey participó en cada»: Granata, EA, 16/12/02.
413 «¡Quitad ese nombre de la película!»: Norman, EA, 13/8/03.
413 «Tenéis una buena película»: Granata, EA, 16/12/02.
414 «Fue un caso en el que»: Lechner, EA, 31/5/01.
414 «Necesitamos más humor»: Gigliotti, EA, 3/10/01.
415 «¡No! Eso no es cierto»: Rebecca Traister, «All This Hair Is from Far from Heaven: Christine Vachon, Her Magnificent Obsession», *New York Observer*, 6/11/02.
415 «tiene fama de homófobo» y siguiente: Vachon, EA, sin fecha.
416 «Bien, en realidad lo que hicimos» y siguiente: Lechner, EA, 3/5/01.
416 «Fue espantoso» y siguiente: Vachon, EA, sin fecha, y *Projections*, p. 152.
417 «Parecía que Ted Hope»: Vachon, EA, 1/6/01.
418 «Fueron al estreno de algo» y siguiente: Ray, EA, 19/3/01.
418 «Mi actitud respecto de Universal»: Ray, EA, 19/5/01.
419 «No podemos estrenarla»: fuente confidencial.
419 «No me interesa penetrar»: Hirschberg, «Crabgrass Gothic».
419 «Ronnie pensó que yo era»: Ray, EA, 29/9/01.
419 «el asunto se había convertido» y siguiente: Ray, EA, 19/3/01.
421 «Nosotros no fuimos»: Vachon, EA, 1/6/01.
421 «Hay más cosas por las que luchar» y siguiente: Ray, EA, 19/3/01.
421 «Me encantaba soltar» y siguiente: Kindlon, EA, 4/10/02.
422 «Te podías pasar tres»: Robin Rizzuto, EA, 27/7/00.
422 «¿No tienes orgullo porque eres...?»: fuente confidencial.
422 «Yo había trabajado en New Line»: Hart, EA, 17/9/02.
423 «La manera de hacerte respetar»: fuente confidencial.
423 «¡Eres una imbécil!»: Eugenia Peretz, «Celebrity's Little Helper», *Vanity Fair*, 7/00.

423 «Una vez, una trabajadora eventual»: Hart, EA, 17/9/02.
423 «Detesto el ruido de»: fuente confidencial.
423 «¿Sabes qué va a pasar si no...?»: Dennis Higgins, EA, 26/4/02.
423 «Recuerdo haber esperado que»: Kindlon, EA, 4/10/02.
423 «sobre todo cuando sabías»: Hart, EA, 17/9/02.
423 «Me sentaba a mi escritorio»: Kindlon, EA, 4/10/02.
424 «Se parecía a trabajar en una fábrica» y siguiente: Hart, EA, 17/9/02.
424 «Era una cuestión de control»: Dinerstein, EA, 22/10/99.
424 «¿No sabes quién soy?» y siguiente: fuente confidencial.
424 «Harvey es increíblemente feroz»: Hart, EA, 17/9/02.
424 «En esa época prevalecía» y siguiente: Kindlon, EA, 4/10/02.
425 «Intimidaban a todo el mundo» y siguiente: Merri Lane, EA, 12/6/01.
425 «Fine Line era pésima»: Kindlon, EA, 4/10/02.

11. EL TENIENTE MALO

página

426 Epígrafe: Ray, EA, 19/3/01.
426 «La pregunta es: "¿Por qué...?"»: Lechner, EA, 31/5/01.
427 «¿Lo veis? ¿No es fabuloso?»: fuente confidencial.
427 «Soy Steven Spielberg y esto es»: fuente confidencial.
427 «Lo trataron peor»: fuente confidencial.
427 «No veo manera de salvar» y siguiente: Webster, EA, 20/10/01.
427 «Hicieron un corte tras otro»: Lechner, EA, 31/5/01.
427 «Harvey se puso a montarla»: Roth, EA, 10/5/00.
427 «Mira, Harvey, no puedes» y siguiente: Konrad, EA, 7/6/02.
428 «¿Qué dices? ¿Que eres artista?»: Harvey Weinstein, EA, 18/11/02; Konrad, EA, 7/6/02; fuente confidencial.
428 «Rosie se echó a llorar.»: Konrad, EA, 7/6/02.
428 «cabrona» y «vaca»: fuente confidencial.
428 «Nunca usé la palabra»: Harvey Weinstein, EA, 18/11/02.
428 «No sabéis con quién estáis tratando» y siguiente: Konrad, EA, 7/6/02.
428 «No puedes dejar que»: Roth, EA, 1/5/00.
428 «Pensaba que estaba en»: Harvey Weinstein, EA, 3/10/02.
429 «Lo raro de estar en»: Lechner, EA, 31/5/01
429 «Miramax te pasa por encima»: Anthony Kaufman, «The Six
Million Dollar Man Strikes Back; Brad Anderson Survives with Two New Movies», *IndieWire*, 10/8/01.
429 «Bob no es ninguna tontería» y siguiente: Kevin Smith, EA, 18/12/01.

430 «Yo le dije a Michael»: Roth, EA, 1/5/00.
431 «Si alguien deja de ir a Disneylandia»: fuente confidencial.
431 «A Harvey le quedó bien»: Moore, EA, 1/5/00.
431 «Kevin dijo: "¿Qué es lo...?"»: Harvey Weinstein, EA, 18/7/02.
431 «Coalición Hispánica de Guerreros Católicos»: leída por el autor
431 «La Liga Católica fue» y siguiente: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
432 «Quentin creía que había»: fuente confidencial.
432 «En aquellos días me había picado» y siguiente: Tarantino, EA, 30/4/03.
433 «Quentin te necesita»: fuente confidencial.
433 «Fue duro»: Tarantino, EA, 30/4/03.
433 «Dime la verdad»: Tarantino, EA, 30/4/03, y David Carradine, EA, 30/6/03.
433 «Con Quentin nunca»: Thurman, EA, 27/6/03.
433 «Una parte de él comprendía»: fuente confidencial.
434 «Ponte una gorra de béisbol» y siguiente: Tarantino, EA, 30/4/03
434 «Tengo una película / muy clara»: Schmidt, EA, 9/6/00.
435 «Papá y mamá han vuelto»: Glatzer, EA, 26/4/00.
435 «Vete a la mierda, mamón»: Ray, EA, 2/3/01.
435 «Ray no es un hombre de negocios»: fuente confidencial.
435 «Bingham era la esencia»: McGurk, EA, 1/5/01.
435 «Un desastre tras otro»: Rice, EA, 23/7/01.
436 «No tengo tiempo para esto»: fuente confidencial.
436 «Chris se comportó como» y siguiente: Ray, EA, 8/3/01.
436 «Se está cociendo algo»: fuente confidencial.
436 «Tengo una noticia buena»: Schmidt, RA, 9/5/00.
436 «¿Qué quiere decir que no...?» y siguiente: Schmidt, EA, 31/7/03.
437 «McGurk lo odia»: Gigliotti, EA, 4/1/01.
437 «Hola, ¿qué tal? Soy de October»: fuente confidencial.
437 «He cometido un error» y siguiente: Schmidt, EA, 31/7/03.
438 «Una sociedad en toda regla»: Schmidt, EA, 7/8/03.
438 «Puede ser un bulo»: Barry Diller, EA, 28/10/03.
438 «Cuando Scott vendió»: Malin, EA, 6/8/02.
438 «Todos nos fuimos de esa cena»: Schmidt, EA, 31/7/03.
439 «¿No podemos idear algo?» y siguiente: Ray, EA, 19/3/01.
439 «Miramax es brillante»: Rice, EA, 16/7/01.
440 «Estaba al final de la lista» y siguiente: Sarah Kernochan, EA, 14/5/01.
440 «la incursión del pene»: Pam Grossman, <salon.com>, 17/5/00.
441 «Yo daba botes» y siguiente: Kernochan, EA, 14/5/01.
443 «Le apasionan las películas»: Ivory, EA, 9/7/01.
443 «Ésa es siempre su excusa»: fuente confidencial.
444 «Tu película es realmente»: Kernochan, EA, 14/5/01.
444 «Casi todas las películas»: nota de Weinstein a Kernochan, 19/2/98.
445 «Él mismo me dijo»: Lee, EA, 8/11/02.
445 «A decir verdad, aprendí»: Kernochan, EA, 14/5/01.

446 «Me parezco mucho a Pinocho»: nota de Kernochan a Weinstein, 7/4/98.
446 «le hubieran cortado los huevos»: Kernochan, EA, 14/5/01.
446 «Estrenamos en salas»: nota de Lantos a Weinstein, 17/7/99.
446 «Fue todo muy doloroso»: Dolly Hall, 18/4/01.
446 «Después de *54* estaba dispuesto»: Lee Percy, EA, 12/5/01.
447 «No sé si esto va» y siguiente: John Dahl, EA, 6/5/99.
447 «Al terminar la película»: Damon, EA, 26/9/01.
447 «Para mí, *Rounders* era un clásico»: Norton, EA, 8/8/02.
448 *«Shakespeare in Love* era»: Damon, EA, 26/9/01.
448 «Tratan de meterte en» y siguiente: Tom Tykwer, EA, 1/6/03.
449 «estrangularon el mismo mercado»: Tusk, EA, 3/2/00.
450 «la primera comedia lacrimógena»: Owen Gleiberman, crítica, *Entertainment Weekly*, 30/10/98.
450 «El sentimentalismo también es»: Richard Schickel, «Fascist
Fable: A Farce Trivializes the Horror of the Holocaust», *Time*, 9/11/98.
451 «Es una mierda» y siguiente: Ray, EA, 19/3/01.
451 «Pensé que íbamos a por todas» y siguiente: Ray, EA, 29/9/01.
452 «La empresa va a desaparecer» y siguiente: McGurk, EA, 27/8/01
452 «Siendo un hombre inteligente»: Gigliotti, EA, 4/1/01.
452 «Nadie iba a entrar nunca»: Spikes, EA, 23/7/01.
453 «No teníamos protección»: Schmidt, EA, 31/7/03.
453 «October tenía un grupo»: Bowles, EA, 7/6/00.
453 «Es una paradoja»: Schmidt, EA, 9/5/00.
453 «Si no hubiéramos hecho»: Schmidt, EA, 31/7/03.
454 «Somos todos de la misma» y siguiente: Kevin Smith, EA, 19/8/03.
455 «Miramax intenta decir»: Lee, EA, 8/11/02.
455 «Nos jodieron»: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
455 «El modelo original»: McGurk, EA, 23/10/02.
455 «El nivel de interferencia creativa» y siguiente: Mangold, EA, 7/6/02.
456 «Antes, los actores hacían»: Konrad, EA, 10/6/02.
456 «En ese momento ponían»: Konrad, EA, 7/6/02.
456 «A mí Michael Eisner no puede»: Auletta, «Beauty and the Beast»
456 «Harvey se centra ahora» y siguiente: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
457 «Habíamos hecho un montón» y siguiente: Damon, EA, 26/9/01.
458 «Harvey y Bob se comportaron» y siguiente: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
458 *«Dogma* se llevó unos veinte»: Harvey Weinstein, EA, 11/11/03.
460 «A propósito, ¿cómo sigue tu hijo?»: fuente confidencial.
460 «Nos daba un respiro»: Mangold, EA, 7/6/02.
461 «Miramax paga a un ejército» y siguiente: Nikki Finke, *Nueva York*, 15/3/99.
461 «Todo eso es un disparate» y siguiente: Harvey Weinstein, EA, 3/10/02.
461 «Benigni se instaló un mes»: Urman, EA, 31/10/01.
462 «Todos saben que no» y siguiente: David Parfitt, 17/6/03.
462 «Harvey subió como»: Norman, EA, 13/8/03.

463 «¡Nunca más!»: fuente confidencial.
463 «suspenden y amplían»: Mechanic, EA, 2/5/01.
463 «Sony no quería a Harvey» y siguiente: John Horn, «Signed, Sealed, and Delivered», *Premiere*, 1/00.
463 «Les cedieron la mitad»: Mechanic, EA, 2/5/01.
464 «Es una oportunidad maravillosa»: Horn, «Signed, Sealed, and Delivered».
464 «Miramax se gastó una fortuna»: Norman, EA, 13/8/03.
464 «Hice una pequeña fortuna»: Harvey Weinstein, EA, 3/10/02.
465 «Fui la que recibió» y siguiente: Ray, EA, 8/3/01.

12. EL REY DE NUEVA YORK

página

466 Epígrafe: Lee, EA, 8/11/02.
466 «Ya no están en contacto»: Gilmore, EA, 9/3/01.
467 «Cuando Harvey empezó a ser»: Lechner, EA, 31/5/01.
467 «la producción es una trampa»: Lichter, EA, 2/10/98.
467 «El juego de hacer»: Schmidt, EA, 9/5/00.
468 «Miramax cumplía, y Disney»: Moore, EA, 1/5/00.
468 «Oye, ¿quieres que venda…?» y siguiente: McGurk, EA, 1/5/01.
469 «Estábamos en el despacho de»: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
469 «El éxito de Dimension»: Elwes, EA, 1/5/03.
469 «Le decíamos a Harvey»: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
470 «Harvey es alguien que»: Scott Rudin, EA, 7/6/02.
470 «Trató de posicionarse»: Lee, EA, 8/11/02.
471 «Contratar a Tina Brown» y siguiente: Joe Roth, EA, 1/5/00.
471 «¡Ésta es para Harvey y...!»: Judy Bachrach, *Tina and Harry Come to America* (Nueva York, Free Press, 2001), p. 315.
472 «Las películas de los hermanos Coen»: fuente confidencial.
472 «Vi que unas cuatrocientas personas»: Soderbergh, EA, 2/5/02.
472 «probablemente cruzó la línea»: Dennis Lim, «Having Your Way With Hollywood».
472 «Cuando hice esa película»: Soderbergh, EA, 2/5/02.
473 «Quentin no quiere saber nada»: Hawke, EA, 28/10/02.
473 «Me di cuenta de que tenía» y siguiente: Soderbergh, EA, 2/5/02.
475 «No había ninguna lista»: fuente confidencial.
475 «Todo lo que Scott hacía»: fuente confidencial.
475 «una extraña relación de»: fuente confidencial.
475 «Nunca hubo amor-odio»: Diller, EA, 28/10/03.

476 «La gente me decía» y siguiente: Gigliotti, EA, 4/1/01.
476 «Le ofrecieron todo»: fuente confidencial.
476 «Pídeles esta cifra» y siguiente: Gigliotti, EA, 4/1/01.
476 «Eso es mucho dinero para»: Diller, EA, 28/10/03.
476 «Diller tenía que aprobar»: fuente confidencial.
476 «Greenstein le tenía terror» y siguiente: Gigliotti, EA, 4/1/01.
477 «Soderbergh es un chico inteligente»: Gigliotti, EA, 4/1/01.
477 «No. Yo no trabajo así»: Soderbergh, EA, 31/8/01.
478 «Harvey quiere verte» y siguiente: fuente confidencial.
479 «¡Yo soy Ariel Sharon!» y siguiente: fuente confidencial.
480 «paternalista, inflada y»: Amy Taubin, *Village Voice*, 8-14/12/99.
480 «lo hicieron mierda» y siguiente: fuente confidencial.
481 «La cosecha actual»: Hope, EA, 19/7/02.
481 «Creo que algo ha cambiado»: Russell, EA, 24/2/00.
482 «Ahora mismo puede decirse» y siguiente: Pierson, EA, sin fecha
482 «Mejor no arriesgarse»: fuente confidencial.
483 «Decir que Sundance no tiene»: Geffner, «Surviving Park City»
483 «Redford era terriblemente» y siguiente: fuente confidencial.
484 «¿Ahora estás en el negocio...?»: Pollack, EA, 10/6/02.
485 «¿Crees que tengo que...?»: fuente confidencial.
485 «Bob es ambivalente»: Pollack, EA, 10/6/02.
486 «Bob se desenamora» y siguiente: fuente confidencial.
487 «la misteriosa enfermedad del líder»: Patrick Goldstein, «Scrappy Miramax Disappears on "Yards" Marketing», *Los Angeles Times*, 28/11/00.
487 «Las películas no funcionaban»: fuente confidencial.
488 «La gente buscaba razones» y siguiente: fuente confidencial.
489 «Harvey está dispuesto a» y siguiente: Kernochan, EA, 14/5/01.
490 «Pasaron varios años y» y siguiente: Merchant, EA, 9/7/01.
490 «Dijo las cosas de siempre»: Ivory, EA, 9/7/01.
491 «No presentéis la película»: fuente confidencial.
491 «Fue algo terrible»: Ivory, EA, 9/7/01.
491 «¡He oído decir tantas...!»: Hawke, EA, 28/10/02.
491 «Ahora Harvey es famoso»: Thurman, EA, 27/6/03.
492 «Escogieron el centro comercial»: Merchant, EA, 9/7/01.
492 «Miramax le quitó a esa película»: Gill, EA, 11/2/03.
492 «Se volvieron locos»: Merchant, EA, 9/7/01.
493 «no sabe lo que tiene»: Ivory, EA, 9/7/01.
493 «No lo creo»: Merchant, EA, 9/7/01.
493 «¡Nunca!»: Ivory, EA, 9/7/01.
493 «Les dije a Jim y a» y siguiente: Hawke, EA, 28/10/02.
494 «todas las decisiones importantes» y siguiente: Goldstein, «Scrappy Miramax Disappears on "Yards" Marketing».
495 «Es muy difícil trabajar con Miramax»: Webster, EA, 20/10/01.

495 «¡Mirad qué historia!»: Rice, EA, 23/7/01.
496 «el presunto estreno» y siguiente: Goldstein, «Scrappy Miramax Disappears on "Yards" Marketing».
496 «Miramax mantuvo la película»: Webster, EA, 20/10/01.
496 «Esas dos películas tratan»: Goldstein, «Scrappy Miramax Disappears on "Yards" Marketing».
497 «Harvey adoptó una expresión» y siguiente: Webster, EA, 20/10/01.
497 «Me crean o no, no estoy»: Goldstein, «Scrappy Miramax Disappears on "Yards" Marketing».
498 «Si pudiera hacer otra película» y siguiente: Schukman, EA, 25/4/02.
499 «Lo que él no entiende»: Biskind, *Premiere*, 11/02.
499 «Voy a tener a Marty»: David Rooney, «Harvey Set to Helm Again», *Variety*, 1/5/03.
500 «A Marty sólo le interesa»: Laura Holson, «Two Hollywood Titans Brawl Over Gang Epic», *New York Times*, 7/4/02.
500 «Por fin Harvey tiene»: Kim Masters, «Harvey, Marty, and a Jar Full of Ears», *Esquire*, 7/02.
500 «Aunque admito que los años»: Harvey Weinstein, EA, 30/10/02.
500 «¡Estoy harto de mi imagen...!»: Masters, «Harvey, Marty, and a Jar Full of Ears».
500 «Interpretaba a un tipo muy»: Schulman, EA, 25/4/02.
501 «Marty controla, se rodea»: Parfitt, EA, 17/6/03.
501 «Marty siente que ése»: fuente confidencial.
501 «Marty es malo y retorcido» y siguiente: Masters, «Harvey, Marty, and a Jar Full of Ears».
501 «Ésa fue la gran bronca» y siguiente: Harvey Weinstein, EA, 11/4/03. Según Parfitt, Weinstein no tuvo nada que ver en este incidente. Scorsese estaba enfadado con él y volcó por error el escritorio de su ayudante.
502 «Cuando terminamos la secuencia»: Harvey Weinstein, EA, 11/4/02.
502 «Ya es demasiado vieja para»: fuente confidencial.
502 «Así es como la concebí»: Harvey Weinstein, EA, 11/4/03.
503 «Intenté sacar eso de la maldita» y siguiente: Masters, Harvey, Marty, and a Jar Full of Ears».
503 «Harvey puso todos los recursos»: Elwes, EA, 1/5/03.
513. TERMINA EL ESPECTÁCULO

página

504 Epígrafe: Hawke, EA, 28/10/02.
505 «Somos los reyes de la comercialización» y siguiente: Tim Blake Nelson, EA, 4/10/01.

506 «Es mi marido el que» y siguiente: fuente confidencial.
508 «no pensaban tomar ninguna decisión» y siguiente: Rebecca
Traister, «The Story of O, Weinstein Style: High-School Othello Is Held Up», *New York Observer*, 13/11/00.
508 «No tengo nada que ver» y siguiente: fuente confidencial.
509 *«Dead Man* era la mejor película de Jarmusch» y siguiente: Jim Hoberman, EA, 12/3/02.
509 «Una de las cosas que le dije»: Hoberman, EA, 12/3/02.
510 «A Harvey le obsesionan» y siguiente: Dennis Higgins, EA, 26/4/02.
510 «Roger Friedman me está haciendo»: Harvey Weinstein, EA, 3/10/02.
511 «La idea era que yo»: Richard Johnson, EA, 13/11/03.
511 «un libro sobre cómo utilizar»: Paula Froelich, EA, 14/11/03.
511 «Siempre nos endilgaban»: fuente confidencial.
511 «No vas a usar eso» y siguiente: fuente confidencial.
513 «Una pareja de periodistas prepotentes»: «Page Six», *New York Post*, 8/11/00.
514 «¿Intimida Harvey a...?»: Affleck, EA, 21/2/02.
515 «Por lo general, cuando haces»: Konrad, EA, 10/6/02.
515 «Nos preguntó si sabíamos»: Mangold, EA, 7/6/02.
516 «la competencia es terriblemente destructiva»: Foley, EA, 13/7/01
516 «Me pasé mucho tiempo»: Anthony Kaufman, «Man of the Year, Steven Soderbergh Traffics in Success», *IndieWire*, 3/1/01.
517 «En parte lo que queremos decir es»: Bill Desowitz, «Puzzling
Filmgoers, with Serious Intent: The Coolly Received Drama "So
laris" Aims to Challenge Audience with Tough Questions, Say Its Star and Director», *Los Angeles Times,* 3/12/02.
517 «¿Queréis seguir en el gueto...?» y siguiente: Soderbergh, EA, 31/8/01.
517 «Es lógico, considerando»: Soderbergh, EA, sin fecha.
518 «Para mí *Ocean's* no tenía» y siguiente: Soderbergh, EA, 31/8/01.
519 «Acababan de celebrar»: Hawke, EA, 28/10/02.
520 «Estuve en una mesa redonda»: Russell, EA, 25/10/02.
520 «Se puede mear contra el viento»: Hawke, EA, 28/10/02.
521 «Con *Tres reyes* toqué fondo»: Russell, EA, 25/10/02.
522 «¡Tienes que dirigir esta película!» y siguiente: Damon, EA, 26/9/01
522 «Billy no me pidió que»: Epperson, EA, 29/8/01.
522 «He hablado con Columbia» y siguiente: Damon, EA, 26/9/01.
523 «Era el montaje del director»: Rice, EA, 24/7/01.
523 «Me pareció brillante»: Affleck, EA, 21/2/02.
523 «No vamos a asociarnos»: Harvey Weinstein, EA, 18/11/02.
524 «Es comprensible que se asustaran»: Damon, EA, 26/9/01.
524 «Si la acortas, no va a ser»: Affleck, EA, 21/2/02.
524 «Amy Pascal me está dando»: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
524 «Harvey, es mejor que esto»: Damon, EA, 26/9/01.

524 «Sé exactamente lo que hay»: fuente confidencial.
525 «Harvey me está obligando» y siguiente: Damon, EA, 26/9/01.
525 «Por contrato, había un acuerdo»: fuente confidencial.
525 «El montaje que vi no funcionaba»: Epperson, EA, 29/8/01.
525 «Se parecía a hacer un suflé»: Damon, EA, 26/9/01.
526 «Harvey tiene un gran don»: fuente confidencial.
527 «Fui a Nueva York y hablé»: Jeanette Walls, EA, 26/2/01.
527 «Queremos actrices con mucha más garra»: «Gwyn and Bear It», *Toronto Sun*, 3/2/02.
527 «Harvey me cuida»: Auletta, «Beauty and the Beast».
527 «una película de arte y ensayo»: Elvis Mitchell, «"Chocolat": Candy Power Comes to Town», *New York Times*, 15/12/00.
527 «Envasada al vacío para preservar»: Lisa Schwarzbaum, crítica, *Entertainment Weekly*, 16/1/02.
528 «Al parecer, Harvey montó» y siguiente: Schwarzbaum, EA, 20/3/02.
529 «Fue muy difícil»: John Penotti, EA, 15/4/02.
529 «Debéis de estar locos»: Harvey Weinstein, EA, 18/11/02.
529 «pero los de Miramax vinieron»: Penotti, EA, 15/4/02.
530 «Desde el punto de vista»: fuente confidencial.
531 «A Bob se lo considera uno»: fuente confidencial.
531 «Cuando Bob es bueno, es muy»: Barbara Maltby, EA, 16/6/03.
531 «No creo que estrenarla» y siguiente: Nelson, EA, 4/10/01.
532 «pude oler qué había» y siguiente: Eric Gitter, EA, 9/10/01.
533 «Estoy en condiciones de»: Haynes, EA, 23/3/02.
533 «Se basó exclusivamente» y siguiente: Haynes, EA, 23/3/02.
535 La contribución de Dimension al balance final de Miramax: *Daily Variety*, 30/10/01.
536 «Se pasaron un tiempo»: fuente confidencial.
536 «Miramax nunca te ha importado»: fuente confidencial.
536 «Harvey se mosqueó porque Bob» y siguiente: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
538 «Harvey lloró» y siguiente: Konrad, EA, 7/6/02.
540 «Me enseñaron un montaje» y siguiente: Mangold, EA, 7/6/02.
541 «Te sientas y te preguntas»: Kevin Smith, EA, 18/12/01.
541 *«Kate & Leopold* es de esas películas»: Rudin, EA, 7/8/02.
541 «El problema es que Harvey»: fuente confidencial.
542 «Así pues, se estrena tu película»: Konrad, EA, 7/6/02.

14. DIOSES Y MONSTRUOS

página

543 Epígrafe: Tykwer, EA, 13/7/03.
543 «A él le importábamos» y siguiente: Fisher Stevens, EA, 23/6/02.
543 «Cuando nos fuimos con Miramax»: Hope, EA, 19/7/02.
544 «"¿Te has vuelto loco?..."»: Harvey Weinstein, EA, 18/11/02.
544 «veías que Todd» y siguiente: Hope, EA, 19/7/02.
544 «A todo el mundo le había» y siguiente: fuente confidencial.
545 «Le hice saber a Miramax»: Todd Field, EA, sin fecha.
545 «La relación era endeble»: Stevens, EA, 23/6/02.
546 «Decidí que no»: Field, EA, sin fecha.
546 «Algunos miembros de la Academia»: Tom O'Neil, <www. GoldDerby.com>.
547 «Le hemos dado una buena»: Ray, EA, 7/8/02.
547 «Le hemos dado una buena patada»: Bill Higgins, *Variety*, 21/1/02.
547 «¿Es verdad que dijiste...?» y siguiente: Ray, EA, 7/8/02.
547 «Lo tengo en nómina»: fuente confidencial.
547 «¡Vas a caer por esto!»: Stacey Snider, EA, 26/4/02; Auletta, «Beauty and the Beast».
548 «Aullaba»: Snider, EA, 26/4/02.
548 «Nunca le levanté»: Auletta, «Beauty and the Beast».
548 «Fue el segundo estallido»: fuente confidencial.
548 «Había dos cosas en juego»: Snider, EA, 26/4/02.
548 «arremetió» y siguiente: Craig Offinan, «Diller Defends Viv U Chief Messier, stox», *Variety*, 13/5/02.
548 «No puedes actuar así»: Auletta, «Beauty and the Beast».
548 «Y estoy harto de que»: fuente confidencial.
548 «Esa relación es, en el ochenta por ciento»: fuente confidencial.
548 «Siento un gran afecto por»: Harvey Weinstein, EA, 11/4/03.
549 «Cuando se estrenó *Una mente»:* fuente confidencial.
549 «trabaja mucho a favor de»: Safford, EA, 29/9/98.
549 «Harvey nunca hace nada para»: Matthew Hiltzik, EA, sin fecha.
549 «Teníamos las manos»: Gill, EA, 4/6/02.
549 «Chivo expiatorio n.o 101»: Harvey Weinstein, EA, 18/11/02.
550 «Vine a la tierra a tratar» y siguiente: fuente confidencial.
551 «Todo giraba en torno»: Gill, EA, 4/6/02.
551 «No diría que fue una pelea»: Ben Kaplan, «Action Painting», *Nueva York*, 9/9/02.
551 «Hay una especie de extraña»: Mangold, EA, 10/6/02.
552 «Hablé con Meryl Poster»: Harvey Weinstein, EA, 11/4/03.
552 «Hola, cariño»: Nikki Finke, <salon.com>, 28/3/02.
553 «Fue un montaje»: fuente confidencial.
555 «Scott cumplió lo que le»: Vachon, EA, 10/6/03.
556 «Voy a perder mi trabajo» y siguiente: Haynes, EA, 13/6/03.
556 «Ésa pudo ser una»: Michael Jackson, EA, 27/10/03.
556 «¿Qué pasa con la película?»: Vachon, EA, 10/6/03.

557 «Fue increíble porque a James»: Haynes, EA, 13/6/03.
557 «El único que no se emocionó»: Vachon, EA, 10/6/03.
557 «Esto es un suicidio»: fuente confidencial.
557 «Podéis venir a besarnos» y siguiente: Snider, EA, 21/10/03.
557 «Mi posición era no decirles»: Diller, EA, 28/10/03.
558 «Móntala como se te antoje»: Schamus, EA, 30/4/03.
558 «Es agradable sentir que»: Hope, EA, 19/7/02.
558 «¿Es sensato gastar veinte...?»: Penotti, EA, 15/4/02.
559 «una película que podía ser»: Elvis Mitchell, crítica, *New York Times*, 6/12/02.
559 Según un artículo publicado en: Laura M. Holson and Rick Lyman, «Miramax's Big Screen Test», *New York Times*, 4/11/02.
560 «Son como capos mafiosos»: Gill, EA, 11/2/03.
561 «votan con los pies»: Gigliotti, EA, 10/6/01.
561 «Si recordamos quién fue Harvey»: Russell, EA, 25/10/02.
561 «Harvey hace cosas buenas»: Mangold, EA, 7/6/02.
562 «Harvey me envía cuatro» y siguiente: Vachon, EA, 10/6/03.
562 «¿Por qué me llamaste matón?»: Auletta, «Beauty and the Beast».
562 «Creo que su comportamiento»: Rudin, EA, 7/8/02.
562 «Había hecho demasiadas»: fuente confidencial.
563 «En Hollywood, la página favorita» y siguiente: Elwes, EA, 1/5/03.
563 «Los agentes son los que»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
563 «pensaba molerlo a palos»: fuente confidencial.
563 «Jeffrey es psicóticamente»: fuente confidencial.
564 «Pensé, puesto que venía» y siguiente: Lee, EA, 8/11/02.
565 «Si no me vendes *Confederacy*» y siguiente: Rudin, EA, 7/8/02.
565 «Eso es una chorrada»: Harvey Weinstein, EA, 18/11/02.
565 «Gracias por toda la ayuda» y siguiente: fuente confidencial.
566 «Los directores como Minghella»: Gill, EA, 23/10/02.
566 «Anthony dijo: "No. Hay que…"»: Harvey Weinstein, EA, 18/11/02.
566 «Está divorciándose»: fuente confidencial.
567 «Cuando Harvey finalmente decidió»: Pollack, EA, 1/6/02.
567 «Es mejor mantenerlos»: Russell Crowe, EA, 4/9/03.
568 «Nunca tuvimos una mala»: Snider, EA, 21/10/03.
568 «Si no tienes cuidado»: fuente confidencial.
568 «Es una ilusión»: Gill, EA, 11/2/03.
568 «Nos seducía la idea»: fuente confidencial.
569 «Tienen problemas económicos» y siguiente: Harvey Weinstein, EA, 11/4/03.
569 «Estoy seguro de que en el fondo»: Elwes, EA, 1/5/03
570 «Ellos, por supuesto, nos hacen»: Harvey Weinstein, EA, 11/4/03.
571 «Te has pasado de la raya»: fuente confidencial; véase también Paul Tharp, «Big Trouble at Disney–Weinstein Weighs Split as Feud Grows», *New York Post*, 4/3/03.
571 «Tanto Matty como Ben se han» y siguiente: Kevin Smith, EA, 26/5/03.

572 «Cuando empecé, era un anatema»: Harvey Weinstein, EA, 9/8/02.
572 «Es duro para Harvey pagarle» y siguiente: Kevin Smith, EA, 26/5/03.
573 «No suelo hacer películas con» y siguiente: Smith, EA, 19/8/03
573 «Para Kevin, Harvey es»: Shestack, EA, 20/10/03.
573 «Mira, tío, es probable que Disney» y siguiente: Smith, EA, 19/8/03.
573 «Kevin dijo: "Pienso tal cosa..."»: Harvey Weinstein, EA, 11/11/03
574 «Ben decía: "Si haces esto…"»: Shestock, EA, 20/10/03.
574 «¿Con quién los reemplazas?»: Smith, EA, 26/5/03.
574 «Después de la primera impresión»: Tykwer, EA, 13/7/03.
574 «Las películas más modestas»: Rudin, EA, 7/8/02.
575 «Puede afirmarse que han cedido»: Elwes, EA, 1/5/03.
575 «Cuando giramos para entrar» y siguiente: Philip Noyce, EA, 17/10/03.
575 «Se han dejado la piel»: Mickey Cottrell, EA, 22/9/03.
576 «No haré publicidad»: Noyce, EA, 17/10/03.
576 «Pasamos unos días horrorosos»: Cottrell, EA, 22/9/03.
576 «La película sólo estuvo»: Noyce, EA, 17/10/03.
576 «Habría recaudado esa cifra»: Cottrell, EA, 22/4/03.
576 «Harvey es un tipo duro»: Noyce, EA, 17/10/03.
577 «Todos sabían que el guión»: Gill, EA, 11/2/03.
578 «En Miramax se tenía la sensación»: Parfitt, EA, 17/6/03.
578 «Se convencieron ellos mismos»: Gill, EA, 11/2/03.
579 «Graham King no tenía otro»: fuente confidencial.
579 «Influí más en el montaje»: Harvey Weinstein, EA, 11/4/03.
580 «atormentó»: fuente confidencial.
580 «Apártate y no seas tan»: fuente confidencial.
580 «Harvey se acercó a nuestra» y siguiente: Haynes, EA, 13/6/03.
581 «un hombre bondadoso, adorable y tierno»: Rick Lyman, «"Chicago": a Big Winner at Golden Globe Awards», *New York Times*, 20/1/03.
581 «Creo que eso le costó»: Rudin, EA, 4/3/03.
581 «Están entrenados para eso»: fuente confidencial.
581 «Me maravilla la capacidad»: fuente confidencial.
582 Ya resentido por la campaña: Rick Lyman, «"Chicago" Is a Hit After Feuds», *New York Times*, 19/3/03.
582 «corruptor de menores»: fuente confidencial.
582 «Harvey cometió dos errores»: Schamus, EA, 30/4/03.

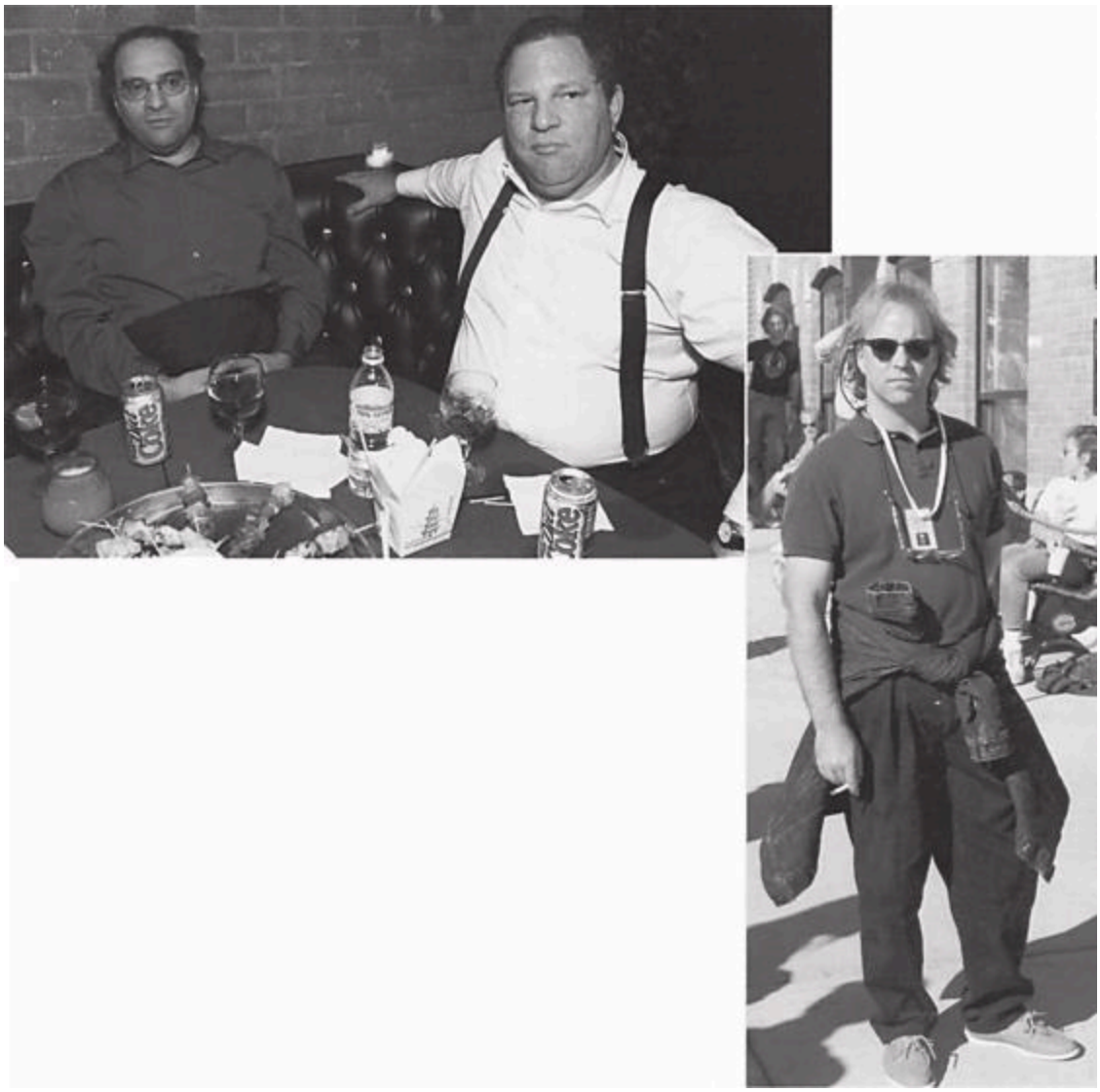
EPÍLOGO: EL DULCE MAÑANA

585 «Miramax ha sido algo fabuloso»: Lee, EA, 8/11/02.
585 «No creo que la influencia de»: Rudin, EA, 7/8/02.
586 «El movimiento independiente, tal como»: Soderbergh, EA, 2/5/02.
587 «Sydney Pollack y yo»: Minghella, EA, 1/11/01.
587 «Lo que le está pasando»: Charlie LeDuff, «Box Office He Wants, Not a Drink», *Los Angeles Times*, 15/12/02.
588 «Cada vez es más duro»: «10 Questions for John Sayles», *New York Times*, 23/10/03.
588 «Incluso a nivel independiente» y siguiente: Hawke, EA, 28/10/02
589 «A medida que han ido avanzando»: Sayles, EA, 9/7/97.
589 «La mayoría de los chicos de» y siguiente: Schamus, EA, 4/3/99.
590 «Un director independiente tiene»: Kevin Smith, EA, 18/12/01
591 «Una vez que has demostrado»: Linklater, EA, 12/3/01.
591 «Si eres un independiente»: Van Wagenen, EA, 22/10/03.
592 «apoyo constante a muchos»: Satter, EA, 25/7/03.
593 «Ahora que Miramax se ha hecho»: Elwes, EA, 1/5/03.
595 «No somos un templo cultural»: John Horn, «Safer Movies, Less Moxie at New Line», *Los Angeles Times*, 9/12/02.
595 «Cuando empecé a trabajar»: Hope, EA, 15/10/03.
595 «Nada de ir a juicio» y siguiente: Russell, EA, 25/10/02.
596 «han encontrado dinero» y siguiente: Lichter, EA, 31/10/03.
597 «La pura verdad es que fue»: Ray, EA, 17/10/03.
598 «Es una auténtica»: David Rooney, «The Battle of the Ban», *Variety,* franqueado, 1/10/03.
598 «Mi único deseo es que»: Hope, EA, 15/10/03.
599 «La gente que ha instaurado»: Cathy Dunkley, Dade Hayes, «The Last Picture Show?» *Variety*, franqueado, 5/10/03.
599 «Cuando me enteré, pensé»: Andy Seiler, Small Guy Fall to MPAA's anti-Piracy Ban», *USA Today*, 2/10/03.
599 «Es una jugada digna»: Jean Smith, Devin Gordon, «Hollywood Family Feud», *Newsweek*, 20/10/03.
599 «Llamamos al IFP»: Ray, EA, 17/10/03.
599 «Yo respetaré esta prohibición»: David Romey, «Ben Triggers Niche Bitch», *Variety*, sin fecha.
600 «Esto no tiene que convertirse»: Ray, EA, 17/10/03.
600 «Me pareció raro que alguien»: Hope, EA, 15/10/03.
600 «Creo que Harvey ha hecho»: Ray, EA, 17/10/03.
600 «Es Alex, Alex Yemen...» y siguiente: Bernard, EA, 23/10/03.
600 «Eh, vuestro hombre ha salido» y siguiente: Ray, EA, 17/10/03.
601 «El consumidor tiene una actitud»: fuente confidencial
601 «Si en esta película hay un malo»: Patrick Goldstein, «The Big Picture: Screeners: Behind the Ban», *Los Angeles Times*, 7/10/03.
602 «Éste es tu legado, Jack»: fuente confidencial.

602 «Jack podrá tener su crepúsculo»: Bernard, EA, 23/10/03.
602 «Esta prohibición [es] una grave amenaza»: Harvey Weinstein, *Variety*, 31/10/03.
602 «Quiero decirte, Bingham»: Ray, EA, 17/10/03.



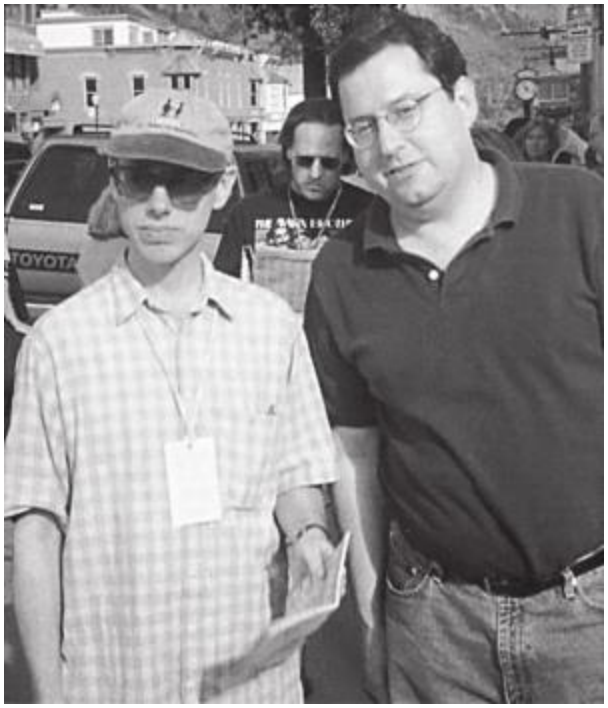
Cannes, 1989: Steven Soderbergh, con expresión melancólica y observado por Jane Fonda, enseña la Palma de Oro como si fuera a morderle. Dijo el director: «Cuando pasó lo de *Sexo, mentiras y cintas de vídeo*, me martiricé en lugar de disfrutarlo. Y es falso e insultante no disfrutarlo.» (© AP/Wide World Photos)



Bob (izquierda) y Harvey Weinstein en el estreno de *Dogma*; noviembre de 1999. (© Eric Charbonneau/Berliner Studio/BEI)
Un joven Bingham Ray en el Festival de Telluride, hacia 1987,



¿Un encuentro en el cielo? Los hermanos Weinstein flanqueando a Jeffrey Katzenberg (30 de abril de 1993), el día en que anunciaron la compra de Miramax por parte de Disney. «La gente me llamaba y me decía: "No cumplirán su palabra"», recuerda Weinstein. «Estábamos muertos de miedo.» (© AP/Wide World Photos)



Todd Solondz y Michael Barker (de Sony Classics) en el Festival de Telluride de 1994, donpelícula se llamase *Maricones y retrasados mentales*, un título que capta a la perfección la atmósfera de la película; pero, como Harvey quería suavizar el final y volver a filmarlo, Solondz dejó Miramax y se fue con Sony.



«Lo más grande fue cuando *Pulp Fiction* tuvo ese primer fin de semana escandalosamente bueno. Todos lo vimos como algo bueno para Quentin, y supusimos que también era algo bueno para nosotros», dijo la directora Allison Anders. «Pero, en realidad, esa victoria fue, en cierto modo, el principio del fin para los demás,



Un momento al sol: el dream-team del departamento de compras, en el yate de la empresa (Cannes, 1994). De izquierda a derecha: Mark Tusk, Trea Hoving, Elli Jackson, Tony Safford, Patrick McDarrah y Agnès Mentre. Poco sabían ellos que las producciones de Miramax –como *Pulp Fiction*, ganadora de la Palma de Oro de ese año– los dejarían en el paro.



¡Viva October!: John Schmidt (abajo izquierda) y Bingham Ray (con una botella de cerveza en la mano), entre otros, haciendo ondear la bandera; Amir Malin (izquierda) y Jeff Lipsky, en el recuadro. Aunque los socios luchaban entre ellos como perro y gato, la «Pequeña Empresa Que lo Consiguió» se apuntó dos fabulosos tantos con *Rompiendo las olas* y *Secretos y mentiras*. Luego se vendió solita a Universal.



David O. Russell en el plató de *Flirteando con el desastre* y enseñándole a Mary Tyler Moore a levantarse la blusa para decir: «¿Son éstos los pechos de una mujer de cincuenta años?» (© Barry Wetcher)

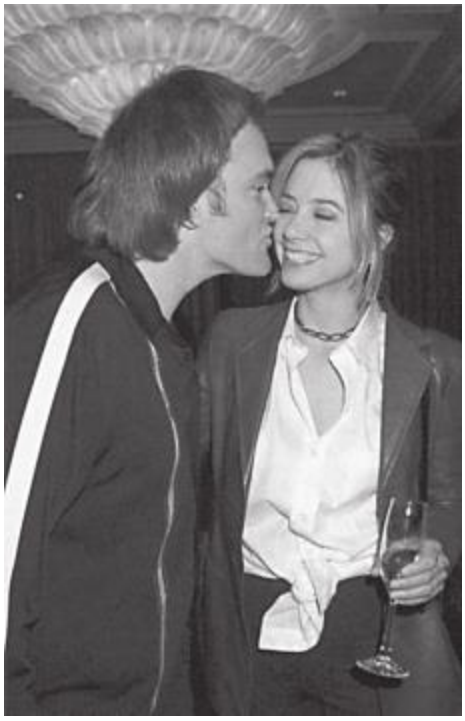


Bernardo Bertolucci entrenando a uno de sus actores en el plató de *El pequeño Buda* (1994), no precisamente en uno de los mejores momentos de Miramax. Dice Harvey: «Para mí y para Bernardo fue, en efecto, un capítulo muy triste.» Recuerda Bertolucci: «Harvey empezó a creer demasiado en sí mismo, se creyó el autor de la película.» (© Alessia Bulgari)



Quentin Tarantino y Roger Avary aceptando el Oscar al mejor guión por *Pulp Fiction* (marzo de 1995). En esos días, estos ex amigos apenas se dirigían la palabra. Aún se recuerda el momento en que Avary se disculpó,

ante las cámaras de todas las televisiones del país, para ir a echar una meada. Tarantino se mosqueó porque Avary no le dio las gracias. (© Gary Hershorn/Reuters/Landov)



Quentin Tarantino y Mira Sorvino en la fiesta dada por Miramax antes de la ceremonia de los Oscar: «Mira y yo pasamos una semana muy romántica y muy excitante en París», recuerda Tarantino. «Ella nunca había estado en el Museo Rodin [...] hicimos un picnic, empezamos a magrearnos mientras todo



Anthony Minghella y el productor Saul Zaentz en el plató de *El paciente inglés*, una película que recaudó 229 millones de dólares a escala mundial; si bien Zaentz nunca vio un céntimo. El productor acusó a Harvey de ser un «vendedor ambulante con carretilla que alegremente pone el pulgar en la balanza cuando la vieja viene a comprarle carne». Cuando hablé con él del asunto, dijo: «Yo hago cine; no soy contable.» (© Photofest)



Marisa Tomei y Quentin Tarantino saludan, la noche de estreno de Wait Until Dark (primavera de 1998). Las manchas de sangre en la blusa de la actriz las podría haber dejado ahí Tarantino, al que los críticos desollaron vivo. «Uno intenta no tomárselo personalmente, pero es personal», dice el director-«actor». (© Henry McGee/Globe Photos, Inc.)



Ben Affleck y Matt Damon al recibir el Globo de Oro por el guión de *El indomable Will Hunting* (enero de 1998). Dice Damon: «No me di cuenta de que todo eso iba a terminar en un segundo, que da igual quién eres si no tienes



Marc Norman, Ed Zwick, Harvey Weinstein, Donna Gigliotti y David Parfitt recogen los Oscar por *Shakespeare in Love* (24 de marzo de 1999). Dice Norman: «Harvey subió justo cuando Zwick se acercó al micrófono, lo quitó de en medio y se hizo con el micro.» (© Gary Hershorn/Reuters/Landov)



Scott Greenstein, Chris McGurk y John Schmidt (de October,



Kevin Smith y el actor Jason Mewes en el plató de *Jay y Bob el Silencioso contraatacan*. Dice el director: «La madre de Jay era seropositiva, estaba muriéndose de sida. Harvey le dijo: "Voy a darte mi número. Ll?mame y le buscaremos a tu madre el mejor especialista de la ciudad, del mundo. No vamos a dejar que muera." Me quedé de una pieza.» (© Tracy Bennett/Photofest)



El director James Mangold y la productora Cathy Konrad en el estreno de *Identity* (abril de 2003). Dice Mangold: «Harvey hace cosas buenas y malas. Pero el problema está en que un individuo con una personalidad que tiene el desmedido orgullo de decir: "Lo miré a los ojos; creo en este chico", es también el que volverá a mirar a los ojos a ese chico y dirá: "Vi tu película; no creo en ella."» (© Lester Cohen/WireImage)



Christine Vachon, productora, y el director Todd Haynes en la ceremonia de entrega de los Independent Spirit Awards (marzo de 2003), en la que Haynes recibió el premio al mejor director por *Lejos del cielo*. «En esta película, Soderbergh tenía derecho a supervisar el montaje final y yo me sentía completamente seguro», dice el director. «Se puso duro conmigo, pero

[*] Famosa relaciones públicas acusada de conducir en estado de ebriedad en un accidente ocurrido en julio de 2001, en el que resultaron heridas dieciséis personas. *(N. del T.)*

[*] Muñeco que representa a un *kachina*, espíritu ancestral de los indios pueblo. *(N. del T.)*

[*] Alusión a los miembros de la Iglesia de la Unificación; por el nombre de su fundador, Sun Myung Moon. *(N. del T.)*

[**] Organización política fundada en 1915 por el socialista A. C. Townley. En 1956 se fusionó con el Partido Democrático de Dakota del Norte. *(N. del T.)*

[**] Prolífico escritor y periodista radiofónico norteamericano (Minnesota, 1942). Su último libro, *Homegrown Democrat*, se publicó en julio de 2004. *(N. del T.)*

[*] Los mercados del vídeo, el DVD, la televisión, el cable, etc.

[*] Muñecote gordinflón, emblema de las famosas harineras Pillsbury. *(N. del T.)*

[*] Los *service deals* son una forma de distribución personalizada en la que los productores, además de tener un anticipo, también pagan los costes de las copias y de la publicidad.

[*] Alusión al marine, autor de varios bestsellers y columnista que coordinó la lucha antiterrorista durante la administración Reagan (1983-1986) y fundó Freedom Alliance, institución que concede becas a los hijos de militares caídos en combate. *(N. del T.)*

[*] «Colocado, atontado por efecto del alcohol o las drogas.» *(N. del T.)*

[*] Pintoresca isla de Nueva Inglaterra, lugar de vacaciones de «ricos y famosos». *(N. del T.)*

[*] *Pay or play*: a un director, actor, etc., se le paga se haga la película o no.

[*] Financiero, hombre invisible de la mafia y uno de los últimos mafiosos norteamericanos en Cuba. *(N. del T.)*

[*] Especie de béisbol que se juega con pelota blanda. *(N. del T.)*

[*] Organización progresista, defensora de los derechos y las libertades fundamentales establecidos por la Declaración de Independencia, la Constitución y la Declaración de Derechos *(Bill of Rights). (N. del T.)*

[**] Fusión de Cannes y la palabra «cayun», relativa a la cultura cajoun del sur de Estados Unidos. *(N. del T.)*

[**] Alusión a Eeyore, el amigo de Winnie de Pooh. *(N. del T.)*

[*] En televisión, índices de audiencia proporcionados por Nielsen Media Research, empresa fundada en 1923, una de las primeras en medir la audiencia para la industria radiofónica y publicitaria. Desde 1950, año en que apareció la televisión, siguió siendo, durante más de cuarenta años, el principal servicio de medición de audiencia en los Estados Unidos. *(N. del T.)*

[*] No a la Motion Picture American Association. *(N. del T.)*

[*] *«Film elements»:* los componentes físicos de una película, incluida ésta, las bandas sonoras, el guión, etc., así como los documentos legales que establecen la cadena de propiedad y varias clases de derechos.

[*] Medicamento (subsalicilato de bismuto) indicado para el alivio de malestares

estomacales o indigestión tras una ingesta exagerada de alimentos o bebidas. *(N. del T.)*

[*] Securities and Exchange Comission. Organismo regulador del gobierno de Estados Unidos, encargado de vigilar las operaciones con valores y de proteger a los inversores contra prácticas indebidas. *(N. del T.)*

[*] Alusión a la esposa del vicepresidente Dick Cheney y al que fuera secretario de Estado de Educación con Ronald Reagan (1985-1988) y luego el primer *«drug czar»,* término con el que se conoce al director de National Drug Control Policy, la agencia gubernamental encargada de luchar contra la droga. *(N. del T.)*

[*] Presentador famoso por su mal gusto y su incorrección política. *(N. del T.)*

[*] Goodwill International Industries: una de las mayores asociaciones mundiales sin ánimo de lucro, se ocupa básicamente de la formación de personas con minusvalías físicas o psíquicas, de personas sin techo, dependientes de la beneficencia, etc. *(N. del T.)*

[*] Personajes de *Reservoir Dogs* interpretados por Tim Roth y Harvey Keitel, respectivamente. *(N. del T.)*

[*] Del 29 de abril al 3 de mayo de 1992: los peores disturbios civiles del siglo xx en los Estados Unidos. Murieron sesenta personas y hubo más de cuatro mil heridos. Los tumultos comenzaron en la zona de South Central, tras la absolución de cuatro policías blancos acusados de golpear al motorista negro Rodney G. King. *(N. del T.)*

[*] «T&E», abreviatura de *Travel and Entertainment* («viajes y ocio»), cuenta de gastos de representación.

[*] *First-look deal:* a cambio de apoyo económico, una entidad productora tiene la primera opción en cualquier proyecto desarrollado por una productora más pequeña, un productor, director, actor, etcétera.

[*] Internal Revenue Service: la Hacienda estadounidense. *(N. del T.)*

[*] El tope de 12,5 millones no era tan restrictivo como parece, porque si ganaban, por ejemplo, 5 millones en preventas en el extranjero, significaba que deducían cinco millones más de Disney y podían hacer una película de 17,5 millones, o que si conseguían 15 millones en ventas al extranjero podían producir una película de 27,5 millones.

[*] Alusión al título de la película de Spike Lee *He's Gotta Have It,* estrenada en España como *Nola Darling. (N. del T.)*

[*] Nacido en 1954, y conocido como el «Rey de todos los medios de comunicación», es locutor de radio, autor de bestsellers, actor de cine y productor televisivo. Con docenas de imitadores y millones de admiradores, ha cambiado el rostro de la cultura pop americana.

[*] *«No one 17 or under admitted»*: autorizada para mayores de 18 años; calificación otorgada por la Motion Picture Association of America. *(N. del T.)*

[*] *Turnaround*: proceso que se inicia cuando un estudio decide no producir un proyecto y en su lugar lo vende.

[*] Las películas se someten rutinariamente a prueba ante un público que rellena

las casillas de las fichas. Las primeras dos casillas son las más importantes –excelente o muy buena– y se resumen en un puntaje numérico. A veces, dichas proyecciones incluyen sesiones de grupos de sondeo.

[*] Presentador televisivo (Indianápolis, 1947) célebre hasta hoy por su programa de entrevistas *Late Show*. *(N. del T.)*

[*] Drew Carey (Cleveland, 1958), actor conocido principalmente por su programa televisivo *The Drew Carey Show. (N. del T.)*

[*] Famoso programa televisivo (NBC) que se emite los sábados por la noche desde 1974; por él han pasado las más grandes figuras del cine, la música y la televisión. *(N. del T.)*

[*] Alusión al personaje del travesti de *Juego de lágrimas. (N. del T.)*

[*] R: menores de 17 años acompañados de un adulto. *(N. del T.)*

[*] Un título que podría traducirse como «El diablo en el cuerpo». *(N. del T.)*

[*] Trastorno neurológico heredado, caracterizado por movimientos involuntarios y sonidos incontrolables. En algunos casos, tales tics incluyen palabras y frases groseras y fuera de lugar. *(N. del T.)*

[*] Alusión al título de la película *Scream. (N. del T.)*

[*] En inglés, *The Scream. (N. del T.)*

[*] Código deontológico. *(N. del T.)*

[*] Jack Roosevelt Robinson: nacido en Cairo, Georgia, en 1919, en 1946 firmó con los Brooklyn Dodgers un contrato que puso fin a décadas de discriminación contra los negros en el béisbol. *(N. del T.)*

[*] Congregación de personas en la que los reunidos experimentan sentimientos de amor y apoyo mutuo. *(N. del T.)*

[*] Alusión a *La invasión de los ladrones de cuerpos* (Don Siegel, 1956), película que ha conocido dos nuevas versiones: *La invasión de los ultracuerpos* (Philip Kaufman, 1978) y *The Body Snatchers* (Abel Ferrara, 1994, estrenada con el título original de la novela de Jack Finney publicada en 1955). *(N. del T.)*

[*] Tercer lunes de febrero, en el que, de acuerdo con una ley de 1968, se conmemora oficialmente el nacimiento de George Washington. *(N. del T.)*

[*] Comentarista deportivo que fue el centro de un frenesí mediático cuando fue llevado a juicio acusado de actos de sodomía forzosa. Se declaró culpable de las acusaciones de acoso sexual. *(N. del T.)*

[*] Wharton College, Pennsylvania: fundado en 1881 por Joseph Wharton, se considera el centro pionero en ciencias empresariales. De acuerdo con su ideario, sus estudiantes han de ser los futuros «pilares del Estado», en los ámbitos público y privado. *(N. del T.)*

[*] South Boston, la zona sur de Boston. *(N. del T.)*

[*] Harvey Bernard Milk (Glimpy Milch), nacido en 1930, ingresó en la marina, donde llegó a suboficial, cargo del que fue destituido al conocerse su homosexualidad. Como muchos otros gays, emigró a San Francisco a principios de los años setenta; se instaló en «The Castro», el barrio preferido de los

homosexuales, donde fundó la Castro Valley Association (CVA), en torno a la cual se organizó políticamente la comunidad gay. *(N. del T.)*

[*] Películas centradas en las diferencias raciales. El protagonista es un negro que siempre está haciendo bromas sobre los blancos. *(N. del T.)*

[*] Protagonista de la novela homónima de Sinclair Lewis, publicada en 1927. Pastor bautista codicioso y superficial, Gantry se convierte al evangelismo y termina siendo el líder de una importante congregación metodista. *(N. del T.)*

[**] Películas de «adolescentes y monstruos». El género surgió a finales de la década de 1950 y la mayor parte de estas producciones las estrenó AIP (American International Pictures). *(N. del T.)*

[**] «The Queensbury Rules»: las reglas, todavía vigentes, que regulan los encuentros de boxeo; las estableció en 1889 el marqués de Queensbury, quien también introdujo el uso de los guantes. *(N. del T.)*

[*] North American Man/Boy Love Association: asociación fundada en 1978, cuyo principal objetivo es poner fin a la opresión de los hombres y niños que mantienen relaciones sexuales con consentimiento mutuo. *(N. del T.)*

[*] Pieza teatral de Frederick Knott, llevada al cine en 1967 por Terence Young, con Audrey Hepburn en el papel protagonista; estrenada en España con el título *Sola en la oscuridad. (N. del T.)*

[*] Home Shopping Network, Inc.: empresa de venta por correo que en 1995 contaba con unos setenta millones de clientes. *(N. del T.)*

[*] Showman fundador de uno de los más grandes circos del mundo y célebre por su frase: «En este mundo nace un tonto por minuto.» *(N. del T.)*

[*] Marion Knight, llamado Suge (Compton, California). Empresario en la industria de la música hip-hop y fundador de Death Row Records, discográfica que se desintegró en 1996 cuando Suge fue encarcelado por violación de la libertad condicional. Se le ha acusado de numerosos actos de violencia. *(N. del T.)*

[*] Escritor y guionista estadounidense (Wichita Falls, Texas, 1939). Autor de la novela *The Last Picture Show*, luego adaptada al cine *(La última película)*, con guión de Peter Bogdanovich, que la dirigió, y del propio McMurtry. *(N. del T.)*

[*] Festividad judía conocida también como «fiesta de las luces» o «de las luminarias». *(N. del T.)*

[*] Por el bien de la transparencia total, me siento obligado a decir que yo también visioné de vez en cuando algunos montajes no definitivos; para estudios, no para Miramax.

[*] «Luz roja», por oposición a «luz verde» *(green light). (N. del T.)*

[*] Alusión al ventrílocuo Edgar Bergen y su muñeco. *(N. del T.)*

[*] Aunque, en *A propósito de Schmidt*, Payne tenía derecho contractual al montaje definitivo, New Line lo obligó a eliminar la secuencia inicial y a añadir un final feliz, una repetición de su experiencia en Miramax con *Citizen Ruth*. Cuando la versión de New Line obtuvo peor puntuación que la de Payne, se autorizó el montaje del director, pero si el montaje de New Line hubiese obtenido mejor puntuación, la versión de Payne habría pasado a la historia.

Título de la edición original:
Down and Dirty Pictures
Simon & Schuster
Nueva York, 2004

Edición en formato digital: febrero de 2026

Ilustración: izquierda: Kevin Smith y el actor Jason Mewes en el plató de «Jay y Bob el Silencioso contraatacan», © Tracy Bennett/Photofest / centro: Quentin Tarantino y Roger Avary aceptando el Oscar al mejor guión por «Pulp Fiction» (marzo de 1995), © Gary Hershorn/Reuters/Landov / derecha: Cannes, 1989: Steven Soderbergh, con expresión melancólica y observado por Jane Fonda, enseña la Palma de Oro como si fuera a morderle, © AP/Wide World Photos

Primera edición en «Crónicas»: noviembre 2006
Segunda edición en «Crónicas»: septiembre 2013
Tercera edición en «Crónicas»: febrero 2026

Diseño de la colección: Compañía (lookatcia.com)
© De la traducción, Daniel Najmías, 2006
© Peter Biskind, 2004

© EDITORIAL ANAGRAMA, S.A.U., 2026
Pau Claris, 172
08037 Barcelona

ISBN: 9788433949943

Conversión a formato digital: www.acatia.es

anagrama@anagrama-ed.es
www.anagrama-ed.es