

Una ullada a la fàbrica dels somnis

Jordi Ruiz Masó, professional català de l'audiovisual que treballa des de fa cinc anys a Hollywood, recull en aquest article unes pinzellades amb les que retrata la seva experiència al cor de la indústria mundial i compara les maneres de treballar en la producció allà amb el que es fa a Catalunya. Organització, tradició professional familiar i manera d'entendre la feina, són algunes de les coses que exposa l'autor.

JORDI RUIZ MASÓ / GENER DE 2017

El meu nom és Jordi Ruiz Masó. Vaig néixer a l'Empordà i des del 2012 visc a Los Angeles, on treballo de director de fotografia a Hollywood. Vaig començar la meva carrera professional a Barcelona, després d'acabar la Llicenciatura a la Universitat Pompeu Fabra i un cop completat el Màster en Direcció de Fotografia a l'ESCAC. La meva feina inclou llargmetratges, *music videos* i publicitat. El món del cinema, a més de ser considerat un art també és un negoci, i com a tal, és un sector complex. Lluny de les grans estadístiques i basant-me en la meva experiència a Catalunya i als Estats Units d'Amèrica, m'agradaria descriure les meves impressions, canvis i condicions de treball en relació a la producció audiovisual entre els dos mercats.

Per tots és sabut que el cinema europeu i l'americà es distingeixen per una gran diferència d'estils de producció. A grans trets, s'acostuma a definir el cinema europeu com a art i el cinema americà com a negoci. Però tant l'un com l'altre necessiten d'una indústria audiovisual forta per sostenir l'engranatge que suposa la fàbrica de somnis, com per exemple, la que tenen els Estats Units. Però, evidentment, l'ofici del cinema és quelcom internacional: tant fa l'estat on em trobi treballant, que la dinàmica d'un rodatge és la mateixa a Catalunya, a Nord-amèrica o a la Xina. Fins i tot sense conèixer l'idioma d'un país, podria treballar en una producció d'un altre continent i compartir l'ofici.

Encara recordo el primer dia que vaig posar els peus en un rodatge americà. Em van sorprendre molts aspectes. Tot i que inicialment desconeixia molta de la terminologia cinematogràfica en anglès, vaig poder desenvolupar-m'hi exitosament. La professionalitat, l'organització, el treball en comú, l'esforç i l'exigència de tots i cadascun dels membres de l'equip per tirar endavant el projecte van captivar-me.

Dins el departament de llum trobem la figura del *grip*, que té el seu propi departament dirigit pel *key grip* i que també treballa amb el director de fotografia. Una diferència amb la meva experiència prèvia en la configuració de l'equip que de seguida em va cridar l'atenció va ser la seva responsabilitat en el rodatge. A Catalunya, al igual que al Regne Unit, a Austràlia i a la major part d'Europa, el *grip* s'encarrega del manteniment, trasllat i operació dels suports mòbils de càmera (caps de trípod, *dollies*, *tràvelings*, grues, *tracks*, *jibs*, suports de càmera o *riggings*, estructures més o menys improvisades per suportar la càmera en tota mena de

vehicles o en posicions no habituals i sovint complexes). En canvi, als Estats Units, a més, el *grip* és també l'encarregat de tallar i/o modelar la llum amb gases, banderes i difusions.

Què marca l'estil de producció en el dia a dia de rodatge a Hollywood? Doncs entre altres coses, un dels punts forts és la cerca de rendibilitat del producte com a negoci. El sistema cinematogràfic transmès de generació en generació fa possible una comercialització en l'àmbit industrial, com la que podríem trobar en una factoria. Però d'altra banda, això té el seu punt dèbil, l'altra cara de la moneda, i és que a Hollywood molts treballadors fan cinema com si es tractés d'una feina com qualsevol altre i que no té perquè implicar el factor passió. Pot ser que aquest tipus de treballador formi part del sector audiovisual perquè la tradició li prové d'un negoci familiar, o bé perquè el seu *tiet* el va portar a un rodatge un dia i allí va començar a guanyar diners, o fins i tot només perquè té totalment implícita la visió de negoci com a tal. Tot i que sempre de forma molt professional, aquests treballen principalment pel sou, més que per l'art de fer cinema.

Com he comentat, l'ofici està molt arrelat, i es té en compte que s'ha de mantenir una família o liquidar un lloguer d'un habitatge a final de mes, com a qualsevol altre treball. Per això, un altre factor diferenciador és la forma de retribució dels professionals: es paga cada setmana, cada quinze dies o just quan s'acaba el rodatge. També és freqüent que es doni la situació en què la producció sigui de durada curta, per exemple d'un a tres dies i el pagament del jornal es realitzi en finalitzar la feina, a la mateixa localització. El sou s'entrega en format xec i difícilment s'endarrereix el pagament.

El fet que l'entreteniment nord-americà mogui un volum econòmic important fa que es consideri l'audiovisual com una indústria més, i no només com un ofici "bohemi/artístic". En canvi, a Catalunya, la visió que s'en té és molt més virtuosa que no de negoci i per això (a excepció d'alguns professionals) les posicions laborals en el cinema sovint no es consideren del tot "legítimes" i fan difícil als professionals afectats poder arribar a pagar les factures a final de mes.

Un altre aspecte diferenciador és el tipus de finançament de la producció. Als Estats Units l'opció habitual és el recurs al capital privat per fer front als pressupostos en el món de l'entreteniment, i habitualment procedeix de tres fonts: dels estudis, dels inversors i patrocinadors privats, i/o del mecanisme de *free money*, atorgada per laboratoris que ajuden a produir certs projectes. A Catalunya –com a molts llocs d'Europa– els inversors privats són una part minoritària, i majoritàriament s'opta per obtenir diners dels drets per a televisió i de subvencions públiques, com les de l'ICEC, de les diputacions o del Ministeri de Cultura.

Els recursos que s'utilitzen, tant tècnics com humans, són una altra gran diferència entre els dos territoris. Les cases de lloguer de material a Amèrica són molt nombroses i l'especialització és possible gràcies a les dimensions del sector. Com que als Estats Units hi ha una necessitat de produir contingut més àmplia que a Catalunya, hi existeixen més companyies dedicades a l'entreteniment. Algunes són molt especialitzades i permeten crear un valor afegit al producte, bé pel tipus de material, bé pel tipus de servei que ofereixen o bé, fins i tot, pel tipus de preu competitiu que tenen. Així, la fórmula que aquest negoci crea

a partir de l'articulació entre donar serveis i equipament es configura amb els següents factors: hi ha més cases de lloguer, que comporta més opcions de material de rodatge, i això fa que hi hagi més competència als mercats, que genera un abaratiment dels costos en la producció, que consegüentment repercuteix en uns preus més accessibles per la productora. A grans trets, en haver-hi més facilitats, l'economia del cinema es retroalimenta a si mateixa i s'incentiva més la producció.

En general, els estudis treballen amb una fórmula per a crear projectes, i ho fan tant en l'àmbit pressupostari, com en el narratiu i en el rodatge. Això fa que els projectes siguin econòmicament rendibles. El producte s'ha de vendre i Hollywood té pànic a perdre diners. En particular, aquesta mateixa cerca de la fórmula per la confecció del producte es dona a tots els nivells. En haver-hi més mercat, existeix més producció. Els proveïdors treballen amb agents, com per exemple els directors de fotografia, els productors o productores i intenten abastar el màxim de negoci. La major part de clients roden constantment, i això facilita la possibilitat de poder abaratir les despeses buscant una garantia de fidelitat. Per exemple, si en un rodatge és necessita un projector del tipus HMI que només cal fer servir un dia a la setmana, en comptes de retornar-lo i recollir-lo, és bastant més viable que la productora el mantingui al *set* evitant les entrades i sortides. La casa de lloguer intentarà donar la màxima disposició i, sense càrrec addicional, abaratirà el servei a múltiples escales, ja que això no només implicarà un millor preu en la factura final sinó que també repercutirà en la feina de muntatge i desmuntatge de l'aparell, del transport i de la gestió del procés. En definitiva, temps i diners.

Evidentment, als Estats Units també hi ha diferents tipus de projectes on treballar, i cada director és un món, i també cada productor. En general, la indústria cinematogràfica americana es pot dividir en tres grans grups. En primer lloc, un professional pot participar de la producció de curtmetratges, que generalment són remunerats, a diferència del que succeeix a Catalunya. El cinema independent americà és el segon tipus de producció, en el qual tot i ser independent, la cadena de producció és molt semblant -fins i tot podem dir que gairebé igual- que als *shows* del tercer grup, els *union*, dels que parlaré més endavant. Ara mateix, també cal afegir un altre grup, anomenat *New Media*, que va a l'alça, i el formen companyies com Netflix, Hulu, AmazonPrime, Youtube Red o Yahoo. Les *unions* i l'Acadèmia no es decanten encara per incloure aquestes produccions narratives al mateix grup audiovisual que els *shows* de TV o cinema.

Permeteu que obri un petit parèntesi i dediqui aquest paràgraf a comentar la importància de les diferents associacions de cineastes que vetllen per la preservació de l'ofici als Estats Units. Les empreses de lloguer i venda sovint fan *workshops* de formació continua. El *networking* i la projecció de creadors emergents també és molt important. Constantment hi ha *master class* a les facultats amb convidats especialitzats que parlen sobre cinema o d'aspectes relacionats amb la producció. A les mateixes sales de cinema es fan Q&A (sessions de preguntes i respostes) oberts al públic, on els membres de la pel·lícula comparteixen el procés de creació del film. A Hollywood, un presentador dona la benvinguda als espectadors a les sales, introdueix la pel·lícula, i s'ofereix al públic per si els fa falta quelcom durant la projecció (una mica a l'estil de les presentacions prèvies a les

projeccions en festivals com Sitges o Sant Sebastià). La meva opinió és que això reforça més la indústria com a espectacle perquè continua pensant en la importància de vendre un producte com és l'entreteniment.

Recuperant el tema *union* de fa dos paràgrafs, m'agradaria parlar una mica més de què és la *union* o *guild* i de quina funció té. *Union 600* o *camera guild*, com realment es coneix, és el que a Catalunya anomenaríem el sindicat, i representa, en aquest cas, els treballadors de càmera, i en protegeix els seus drets establint unes tarifes per tipus de projecte. Hi ha sindicats per a la majoria de les posicions d'un rodatge; per productors (PGA), per a directors (DGA), per a personal de maquillatge (Local 706), per elèctrics i tècnics de llum (Local 728), per a *grips* (Local 80), per a músics (Local 47) o per a mànagers de localitzacions (Local 399), entre d'altres (1). En produccions *union* es disposa de més recursos, amb tecnologia i equipament més d'última generació.

Però quines són les similituds entre aquests projectes, *non-union* i els *union*? Personalment he estat en els tres tipus de produccions i pel que fa a les expectatives a l'hora d'acabar el dia, puc afirmar que són molt semblants: negoci. Per fer això, cal capturar el màxim de material i arribar a la sala de muntatge amb el nombre més gran d'opcions per a construir el relat. A rodatge, tant en *union* com a *non-union shows*, s'hi cobreixen el 80-90-95% de les possibles posicions de càmera que hi ha en una seqüència. El sistema és molt més complex: es fan plans generals, tràvelings o moviments de grua per introduir l'escena, plans mitjans, plans curts, plans escorç, pla i contraplà o pla de punt de vista. El procés està tan mecanitzat que la bona organització és el brou de cultiu que fa funcionar una cuina on es respira el fum que surt per la xemeneia.

Aquestes són algunes de les diferències de procés de producció que he experimentat treballant a Hollywood i que com a professional, intento compartir amb vosaltres. Amb aquesta petita reflexió no vull jutjar què és millor ni pitjor, ni què és correcte o és incorrecte. El millor del cinema és fer cinema, treballar la llum i tenir la necessitat d'explicar una història. Així que tot i les semblances i les diferències, el que importa és que continuem rodant i explicant històries, petites, mitjanes i grans.

(1) Llistat de *unions* i *guilds* a EE.UU.

<http://filmmakeriq.com/2012/09/a-guide-to-hollywood-unions/>

Jordi Ruiz Masó - Cinematographer

www.jordiruizmaso.com