

FORMATS 2

Los primeros minutos de King Kong: un ejemplo de autopublicidad fílmica

Xavier Pérez

Si un solo instante de percepción bastase para obtener la comprensión y fruición detallada de una historia completa, el arte de la narración cinematográfica habría dejado de existir. La consumición de una película requiere tiempo; poco tiempo, de acuerdo, porque el séptimo arte -hijo coherente de su siglo- tiene una capacidad elíptica que no necesitaban las novelas del diecinueve, y reduce mayoritariamente su placentera oferta a un par de horas.

Pero, aunque veloz, el despliegue de informaciones de cualquier película no es instantáneo. Los acontecimientos que el público espera encontrarse no sólo pueden demorarse, sino que es obligado que lo hagan. El receptor, en los primeros minutos, *no lo espera todo* del relato: sabe que ha de darle tiempo, que éste se extenderá en una duración determinada, y que las expectativas se irán satisfaciendo de manera gradual, quedando algunas en suspenso hasta bien avanzada la película. La recepción de una película demanda, por parte del público, una *aceptación de la suspensión*.

Las operaciones de suspensión son tan frecuentes y automáticas que no nos percatamos de ellas, y casi se diría que el relato tampoco las enfatiza. En algunos casos, sin embargo, puede acentuarse este implícito juego anticipatorio, explicitando un subrayado especial en algunos de los elementos futuros, y exacerbando así la curiosidad o el sencillo deseo de seguir mirando. Hacer publicidad de la existencia de atractivos no es otra cosa que suspenderlos eventualmente, producir una distancia (inherente a cualquier proceso publicitario) entre el producto que se consumirá y el anuncio que lo publicita. Que las películas de James Bond acostumbren a abrirse con un prólogo de acción frenética que parece compendiar todas las acciones características de esta popularísima serie (peleas, persecuciones, saltos, explosiones) es una forma de hacer publicidad del producto que seguidamente se verá, pero también de reclamar paciencia si, en la inevitable fase expositiva de los primeros minutos, las muestras de acción son retardadas. Esta estrategia -que Spielberg seguirá al pie de la letra en su trilogía de *Indiana Jones*- parece muy característica de los filmes contemporáneos, normalmente tendentes a agilizar al máximo sus primeros minutos, con golpes de efecto iniciales que ratifiquen espectacularmente las características genéricas por las que el espectador ha pagado la entrada (1). Pero la necesidad de hacer publicidad de lo que se verá más tarde (sea mostrándose una pequeña parte, sea advirtiendo de su presencia futura mediante los diálogos) es y ha sido inherente a cualquier película de

ficción que quiera contar con el beneplácito del público.

No se trata tan solo de definir el carácter de ciertas películas como intrínsecamente autopromocional, a la manera en que Antonio Weinrichter venía a definir *Star Wars* (2), en el momento de su estreno, como una película que es, en sí, un anuncio de sí misma (3), sino de descubrir que las prácticas anticipatorias del filme suponen una prolongación de las habituales prácticas publicitarias anteriores, y siguen tendiendo, por este motivo, a separar temporalmente el anuncio de su objeto. Queremos ejemplificar detalladamente esta posibilidad de autopublicidad con el análisis de los primeros minutos de una obra maestra característica del mejor cine clásico. La película a la que nos referimos es *King Kong* (4).

La suspensión autopublicitaria en King Kong

- "¿Oiga, es este el barco del cine?" (5)

Las palabras de Weston, el agente teatral que llega al puerto de Nueva York para entrevistarse con el popular director de cine Carl Denham son las primeras que el espectador de esta película de fantasía se ve obligado a escuchar para sumergirse en el disfrute de la extraordinaria aventura que se le ha prometido. Pocos segundos antes, el filme ha exhibido sus títulos de crédito que siguiendo la tendencia mayoritaria de los primeros años del clasicismo, ni interrumpían ni se superponían a la acción, sino que, sencillamente, la precedían.

La importancia de los títulos de crédito no es superflua en la reafirmación de las expectativas que el público asistente a la sala ya ha preconcebido por los caminos de la publicidad, o, incluso cuando el público no sabe exactamente el tipo de producto que va a ver, por la anticipación de ciertas marcas, normalmente vinculadas a códigos de género (6). Los títulos de crédito de *King Kong* responden a las consignas habituales de la producción de la época -se inician, así, con el logotipo de la productora RKO- pero se caracterizan por una leve sofisticación que ya indica el carácter de superproducción que la película tenía en el momento de su estreno: las letras del título, KING KONG, inmediatamente posteriores al rótulo *RKO presents*, avanzan hacia el espectador, desde un segundo término constituido por un dinámico juego pseudocubista de líneas en movimiento, hasta llegar majestuosamente a ocupar todo el centro de la pantalla, consiguiendo un poderoso efecto de relieve la capacidad cautivadora del cual se ve reforzada por la música de Max Steiner.

El título del filme, KING KONG, hace referencia al nombre del monstruo principal que aparece en él, una criatura cuya existencia es muy probablemente conocida por el espectador antes de entrar en la sala, a través de los procesos publicitarios -carteles, tráilers, informaciones de prensa- que el filme genera antes de su estreno: las expectativas creadas a propósito de la inminente contemplación del filme están centradas en el deseo *escópico* de contemplar, desde el privilegiado patio de butacas de la platea, la dinámica apoteosis del cuerpo fantástico de un gorila gigante en

movimiento. La fuerza del rótulo KING KONG corrobora este hecho, pero una particularidad última de los citados títulos de crédito lleva la naturaleza autopublicitaria de los mismos a un inesperado grado de virtuosismo: tras ser o destacados o simplemente enumerados los responsables principales que han hecho posible el proyecto, aparece, como es canónico en todas las producciones del período, un último rótulo, previo al inicio del filme, con la lista de actores anunciados bajo el denominador común de "The players", lista que incluye hasta un total de ocho nombres. Las dinámicas líneas de segundo término se despliegan hacia fuera como para dar paso a un nuevo fondo, donde otro rótulo con letras de tamaño a las que presentaban el nombre de los actores -rótulo constituido como un gran arco-, permite leer "and KING KONG" ("*the eight wonder of the world*").

Este último rótulo deja perfectamente clara la intención de los responsables del filme de estimular en su público el deseo de ver al monstruo anunciado. Pero la publicidad gráfica todavía no ha terminado, porque tras un fondo negro que predispone a esperar el inicio de la historia, un último rótulo apuntalado sobre el mismo fondo cubista que ha presidido la organización de los anteriores, reproduce un antiguo proverbio árabe, al modo de los lemas que preceden a las obras literarias: "*And the prophet said: And so, the beast looked upon the face of beauty. And it stayed its hand from killing. And from that day, it was one dead*".

No contentos con remarcar la importancia del monstruo en la configuración de todo el filme, los creadores de King Kong encuentran una oportunidad de anunciar el contenido de la historia a partir de un proverbio que, como el público acabará comprobando, constituye un exquisito resumen del tema de la película. Ya queda aquí anunciado que asistiremos, en los próximos minutos, al drama de la conversión de una Bestia en un ser inofensivo por amor a una Bella (que, el público lo sabe, tendrá el rostro de la estrella Fay Wray, reciente protagonista de un parecido filme de aventuras realizado por los mismos responsables, bajo el título *The most dangerous game*) (7).

Tras una primera imagen general del puerto de Nueva York, la narración nos traslada a uno de los muelles del puerto al lado del cual destaca la imagen de un gran buque allí atracado. Un hombre camina por el muelle hacia la escalerilla de acceso. Este hombre es -lo sabremos en seguida- el agente teatral Weston, que pronuncia las palabras -dirigidas al vigilante del puerto- con que hemos iniciado este capítulo. El diálogo que viene a continuación, sostenido primero con el vigilante del puerto, y seguidamente con el segundo oficial, Driscoll, que aparece en la cubierta, es un perfecto ejemplo de la posibilidad de seguir demorando el espectáculo a través de la prolongación de un proceso publicitario. En la reproducción que hacemos de todo el diálogo, hemos destacado en negrita algunas de las frases más explícitamente autopublicitarias del fragmento:

WESTON: ¿Oiga, es este el barco del cine?

VIGILANTE: ¿El "Ventura"? Sí. ¿También va usted en ese viaje

disparatado?

WESTON: **¿Por qué disparatado?**

VIGILANTE: **No lo sé. Pero como todo el mundo dice que el que lo dirige está chiflado...**

WESTON: ¿Carl Denham?

VIGILANTE: Sí. Carl Denham. Y creo que es un hombre que no le teme a nada. Si quiere la foto de un león se acerca a él y le dice: "Sonríe, por favor".

WESTON: Sí, es bastante duro, Pero... **¿por qué dicen que este viaje es disparatado?**

VIGILANTE: Por lo que yo he oído en los muelles debe ser por la carga que lleva. Yo nunca he visto un barco con esa tripulación.

WESTON: ¿Son pocos hombres?

VIGILANTE: ¿Pocos? Tres veces más de los que serían necesarios. No sé dónde van a dormir tantos.

DRISCOLL: (Desde cubierta) Eh, usted, ¿qué quiere?

WESTON: ¿Está Denham a bordo?

DRISCOLL: ¿Quién es usted?

WESTON: Quiero verlo. Soy Weston, el agente teatral.

DRISCOLL: ¿Por qué no lo ha dicho antes? Suba (mientras Weston sube) Por cierto, está bastante enfadado. Será mejor que le traiga buenas noticias.

El diálogo que acabamos de reproducir tiene las características expositivas más habituales de la narración cinematográfica clásica, pero en este pormenorizado planteamiento se incorporan unas osadas notas de autopublicidad que no dejan de acentuar las expectativas. Esta autopublicidad tiene un grado importante de relevancia en la ya remarcada primera pregunta de Weston al vigilante. "*¿Es este el barco del cine?*", en la que se pone de manifiesto una evidente concepción de la narración cinematográfica como un tipo de embarcación a la que el público está invitado a acceder, y que, en tanto que no arranca, demora el inicio de la historia que se ha venido

a disfrutar.

La concepción metafórica de la *narración como vehículo*, -para utilizar las palabras con que Núria Bou detecta y analiza esta tendencia implícitamente autoconsciente de la narración cinematográfica clásica (8)- no ha de ser necesariamente entendida así por el público que llena la sala, pero lo que éste acepta tan pronto el diálogo se inicia y se alude a un viaje, es que, mientras el barco no zarpe del puerto, la historia que ha venido a contemplar no existirá. Hasta entonces, se podrá especular sobre las características del personaje que ha proyectado el aludido viaje (Carl Denham, no un aventurero al uso sino, sintomáticamente, un *director de cine*, definido humorísticamente como alguien en la frontera de la locura, pero también, apologeticamente, como *un hombre que no le teme a nada*), y sobre la naturaleza de este viaje (*un viaje disparatado*, lo califica el vigilante, en una sutil publicidad de los elementos fantásticos del espectáculo que está a punto de comenzar)

La escena que enlaza con este primer diálogo supone un mantenimiento directo del mismo espíritu autopublicitario: una autopublicidad que, en tanto que anuncia las características del viaje que ha de tener lugar, demora el auténtico inicio del mismo. La escena tiene lugar en el camarote del capitán del barco, y, al iniciarse, muestra al capitán sentado, y a Carl Denham de pie, ya en plena conversación. Reproducimos también el diálogo en su integridad, y nuevamente subrayamos con negrita aquellas frases de más evidente intención autopublicitaria:

CAPITÁN: Bien, señor Denham, **sería muy conveniente que nos diéramos prisa**. La compañía de seguros ha descubierto que llevamos explosivos y el sherif puede presentarse a bordo en cualquier momento.

DENHAM: Y si nos metiéramos en pleitos legales nos retrasaríamos meses, ¿no?

CAPITÁN: Hay aquí explosivos como para volar el puerto. ¿Qué cree usted que diría el sherif de estas nuevas bombas de gas que según usted tienen fuerza suficiente para derribar a un elefante?

DENHAM: Tenemos que llegar a nuestro destino antes de que empiece el monzón.

CAPITÁN: Y confía en mí para poder capear el temporal.

DENHAM: No se enfade, capitán. ¿Sabe el desastre que supondría llegar a la selva en plena temporada de lluvias? Meses desperdiciados, dinero perdido, y ningún resultado.

CAPITÁN: **Yo sé que al final hará usted una buena película**. Todo el mundo lo dice: no hay más que un Carl Denham.

(Entran Weston y Driscoll)

DENHAM: Ah, Weston, ahora iba a bajar a tierra a llamarle.

WESTON: De haberlo sabido habría esperado.

DENHAM: Le presento al capitán: el señor Weston, agente teatral. Supongo que ya conoce a Driscoll, el segundo de a bordo.

WESTON: Sí.

DENHAM: Bien, Weston, ¿qué hay de la chica?

WESTON: No hay nada que hacer.

DENHAM: ¿Qué? Tiene que ser posible. Escuche, Weston, siempre que quiero contratar a una mujer todo son zancadillas. Y ahora menos usted todos los agentes teatrales me han cerrado las puertas. Y usted sabe que soy horado.

WESTON: Todo el mundo sabe que es honrado, Denham, pero por desgracia tiene fama de ser un insensato y eso no le favorece. Además es muy reservado.

DRISCOLL: Y que lo diga.

CAPITÁN: Aún no sabemos ni yo ni mi segundo qué rumbo vamos a tomar.

WESTON: Ya lo ve. Yo tengo conciencia, Denham. No puedo enviar a una mujer joven y guapa como la que quiere usted a un viaje como éste sin advertirle lo que le espera.

DENHAM: **¿Y qué es lo que le espera?**

WESTON: Ir fuera. Trabajar sin saber...para cuanto tiempo, a un lugar que usted no revela. Y encima ella sola en un barco rodeada de hombres de todas clases.

DENHAM: (Mirando irónicamente hacia el capitán) ¡Oh...!

WESTON: Me refiero a la tripulación.

DENHAM: (Riendo) Oyéndole a usted se diría que conmigo nadie regresa con vida. El capitán y Driscoll ya han hecho dos viajes conmigo, y tienen buen aspecto.

DRISCOLL: Sí, no estamos enfermos.

CAPITÁN: Pero se trata de una mujer y puede haber riesgos.

DENHAM: ¿Es que en Nueva York no se corren riesgos? En esta ciudad hay cientos de mujeres enfrentadas a peligros mucho más graves de los que puedan pasar conmigo.

DRISCOLL: Sí, pero son peligros que ya conocen.

WESTON: Nunca ha llevado a un mujer en sus películas. ¿Por qué ese empeño en ésta?

DENHAM: ¿Piensa que a mi me gusta cargar con una mujer por capricho?

WESTON: Entonces ¿por qué?

DENHAM: Porque el público lo exige. Quieren contemplar una cara bonita.

WESTON: Sí, hay mucho romántico.

DENHAM: ¿Qué tiene eso que ver? Puede haber romanticismo en una aventura sin que haya faldas por medio.

CAPITÁN: Si piensa así, ¿por qué no hace una película en un monasterio?

DENHAM: Qué gracia, las paso moradas para hacer una buena película. Y luego los críticos y los exhibidores dicen: "si esta película tuviera una pincelada amorosa los beneficios serían dobles". Pues muy bien, esta vez la tendrán, esta vez van a tener una mujer.

WESTON: ¿Y de dónde va a sacarla?

DENHAM: De donde sea, Weston. Zarparemos con la marea de la mañana. Cuando salga el sol quiero estar lejos.

WESTON: ¿Por qué?

DENHAM: Por... bueno, tengo mis razones.

WESTON: **Cuanto más sé sobre este viaje menos me gusta.** Ahora me alegro de no haberla conseguido.

DENHAM: ¿Ah, sí? Pues no se alegre tanto, Weston. ¿Cree que voy a renunciar a mi propósito sólo porque usted sea un inepto? Weston, **pienso hacer la mejor película del mundo. Algo superior a cuanto se ha visto hasta ahora. Tendrán que inventar nuevos calificativos para calificarla** (se pone el abrigo y va hacia la puerta).

CAPITÁN: ¿A dónde va?

DENHAM: **A conseguir una mujer para mi película.** ¡Aunque tenga que casarme con ella!

Conviene destacar un par de aspectos nuevos sobre los que bascula el sentido de esta curiosa conversación. En primer lugar, es evidente que se produce un extraño proceso de *abismación* de la narración sobre sí misma, un impune ejercicio de metalenguaje encubierto, bajo unas formas genéricas eminentemente clásicas. Aunque no dificulta en absoluto la percepción ingenua del relato, (lejos, así, de las calculadas agresiones a esta ingenuidad que plantean ejemplos modernos de *abismación* cinematográfica) *King Kong* es ciertamente una *película sobre una película*, a pesar de que en un momento dado, la segunda acabe devorando a la primera. Pero el procedimiento constituye sobre todo un recurso de dilación de una película anunciada y que, gracias a este proceso autoreferencial, se permite no comenzar del todo todavía.

La conversación que hemos transcrito alude efectivamente a otra película que tendrá todas las características de la misma película KING KONG que incluye el comentario: Carl Denham, su director, parece un reflejo encubiertamente autobiográfico de los directores reales de *King Kong*, (Ernest B. Schoedsack y Merian C. Cooper, también, como él, especializados en los filmes documentales en países exóticos), pero independientemente del conocimiento que el público pudiera llegar a tener de esta circunstancia, la conversación transcrita prepara, y hace publicidad inequívocamente, de la única película -la de Schoedsack y Cooper- que este público ha pagado para ver.

El diálogo que confronta el grupo Weston/capitán/Driscoll por un lado, y Denham por el otro, reproduce así, en una especie de *abismación* tautológica, el mismo proceso de *pregunta urgente-respuesta dilatada* que se genera entre el público y los creadores del filme: a las quejas caudadas por la incertidumbre *-aún no sé ni yo ni mi segundo qué rumbo vamos a tomar ... (...) un lugar que usted no revela*, se oponen las estrategias del director para retener la atención. El capitán parece hacerse portavoz de la confianza última del público en el producto (*Yo sé que al final hará usted una buena película*) pero será Denham el que propiciará los eslóganes más reveladores de toda la secuencia:

pienso hacer la mejor película del mundo. Algo superior a cuanto se ha visto hasta ahora. Tendrán que inventar nuevos calificativos para calificarla. Son frases, no es necesario decirlo, que remiten a la misma publicidad del filme de Cooper y Schoedsack, el auténtico filme *King Kong* (9). En medio, ha quedado todavía una oportunidad para hacer publicidad de la presencia de una actriz que se revelará, al lado de Kong, el centro de atención del filme real: dos figuras, Kong y la chica, que permiten al público reafirmar el deseo sobre aquello que la publicidad previa, y los mismo títulos de crédito, ya han garantizado: un espectáculo superior a cualquiera de los que se hayan visto antes, y una historia de amor como la que el público no deja nunca de reclamar.

La segunda característica que merece la pena destacar es la similitud que tiene la construcción del diálogo con las fórmulas características de una entrevista periodística: el director Carl Denham es ciertamente el encargado de hacer publicidad de su película futura introduciendo un conjunto de hábiles respuestas en las preguntas curiosas que se articulan ante él, como en una rueda de prensa: en concreto, el comportamiento de Denham ante las cuestiones que le interpone Weston ("*Nunca ha llevado a un mujer en sus películas. ¿Por qué ese empeño en ésta? (...) Si piensa así, ¿por qué no hace una película en un monasterio?*"). Pero el tono de la conversación en general reafirma sutilmente la impresión de que nos encontramos ante un director promocionando su filme, ¿Y a qué filme, sino al mismo *King Kong*, puede aludirse en este sorprendente acto de publicidad?

King Kong destinará todavía una parte muy considerable de su metraje a seguir estimulando expectativas, sin dar de momento nada de lo que la publicidad prometía. Tras los dos diálogos transcritos, una tercera secuencia mostrará el encuentro de Denham con Ann, la chica desvalida a punto de robar una manzana, a la que el director contratará como protagonista de su filme (presentación paralela de la actriz protagonista de *King Kong* remarcada por un primer plano -autopublicitario- de Fay Wray), y con la que tendrá una nueva conversación introductoria, de la que merece la pena reproducir el fragmento final:

DENHAM: Me llamo Carl Denham, ¿ha oído hablar de mi?

ANN: Sí, sí... **usted es el que... el que hace esas películas de la selva.**

DENHAM: Exacto. Y **quiero que sea la protagonista de mi próxima película.** Salimos mañana a las seis.

ANN: ¿Hacia dónde?

DENHAM: Hacia un lugar muy lejano. Y escuche, Ann, no se trata de ninguna broma. Es un asunto muy serio.

ANN: ¿Qué tendré que hacer?

DENHAM: **Tan sólo mantener alta la cabeza y confiar en mi.**

Resulta bastante significativo que el intercambio final de frases no sólo evoque una relación entre un director y una actriz, sino que Ann, a partir de su pregunta "*¿hacia dónde?*" parezca encarnar otra vez solapadamente, las mismas expectativas que el público, mientras que Denham sigue reteniendo información, y recordando la seriedad del proyecto. En cuanto a la pregunta final "*¿qué tendré que hacer?*" Denham responde: "*tan sólo mantener la cabeza alta y confiar en mi*" parece estar pidiendo un nuevo acto de confianza al público para que le siga en la contemplación de una película anunciada, pero que suspende una y otra vez la contemplación de aquello que no ha dejado en ningún momento de autopublicitar.

La aventura de King Kong ha dejado transcurrir a estas alturas, después de los títulos de crédito y de las referidas tres conversaciones introductorias, un minutaje aproximado de 9'35", (sobre el total aproximado de 92'12" del filme en su integridad) (10), pero el inicio de la aventura anunciada todavía será demorado en las secuencias posteriores. La que sigue a la presentación de Ann se sitúa al día siguiente, en la cubierta del barco, y muestra los preparativos para la partida. Pero cuando, en el momento de zarpar, la chica exclama (y con ella, hay que suponer que todos los espectadores) "*¡Qué bien, ya nos vamos!*", nadie podrá imaginar, a estas alturas, hasta qué punto el ejercicio de la suspensión será todavía practicado por los responsables del filme.

Tras el prometedor fundido a negro que pareciera anunciar la apertura de otro capítulo que activara el movimiento de la historia, la quinta secuencia de King Kong se abre con la imagen de un barco, estable y casi inmóvil, en una zona de niebla (casi tan nublada como las expectativas constantemente defraudadas del espectador), donde Ann, en la cubierta, charla con el cocinero chino del barco. En el interior de esta nueva secuencia dilatoria tiene lugar un nuevo proceso de autopublicidad de la película: a media conversación con el cocinero chino, Driscoll reaparece en cubierta. Transcribimos el diálogo hasta el final de la secuencia. Las negritas, obviamente, son nuestras:

DRISCOLL: **Hola.**

ANN: **Hola, Jack.**

DRISCOLL: **¿Dónde has estado toda la mañana?**

ANN: **Viendo unos vestidos con el señor Denham. Va a hacer unas pruebas aquí esta tarde en cubierta si la luz es apropiada.**

DRISCOLL: **¿Pruebas? ¿Por qué?**

ANN: **Quiere comprobar cual de mis dos perfiles es más fotogénico.**

DRISCOLL: Ya se ve que los dos están muy bien.

ANN: Qué pena que no seas tú el director.

DRISCOLL: Si lo fuera tú no estarías aquí.

ANN: Muchas gracias por el cumplido.

DRISCOLL: Este sitio no es apropiado para una mujer.

ANN: Por favor, deja de repetir ese estribillo. Es muy poco amable. Cualquiera que te oyera pensaría que soy un incordio. Y no es verdad. Dime si hasta ahora he causado algún problema. Dímelo.

DRISCOLL: Claro que lo has causado.

ANN: Que yo he cau... a ver ¿cuál?

DRISCOLL: El hecho de estar a bordo ya es un problema.

ANN: Lo siento. Creía que no había dado ningún motivo de queja.

DRISCOLL: Bueno, no es culpa tuya que las mujeres no puedan remediar ser un problema. estáis hechas así.

ANN: De todas formas nunca había sido tan feliz como en este viejo barco.

DRISCOLL: Oh, me alegro. Oye, ¿lo dices de verdad?

ANN: Naturalmente, todo el mundo ha sido muy amable. El señor Denham, el capitán y.. ¿No te parece que el capitán es un viejo encantador?

DRISCOLL: Oh, no quisiera que te oyera decir que sí.

ANN: Y no olvides a Aidi (señalando una pequeña mona que está en la cubierta al lado de ellos dos) Yo soy a la que más quiere de todos los que vamos en el barco, ¿verdad Aidi? (Aidi mueve la cabeza) ¿Lo ves? Dice que sí.

DENHAM: (Entrando) **La bella y la bestia**, ¿eh?

DRISCOLL: Si lo dice por mi, la verdad es que nunca me tuve por guapo pero...

DENHAM (A ANN): Anda, ¿quieres ponerte uno de esos trajes? La luz va siendo buena para hacer esas pruebas.

ANN: Ahora mismo señor Denham, tardo un minuto.

DENHAM: (Pensativo mientras Ann se va): **La bella y la bestia...**

DRISCOLL: Señor Denham, ¿puedo hacer un par de preguntas?

DENHAM: Sí, hágalas.

DRISCOLL: **¿Cuándo vamos a saber a dónde vamos?**

DENHAM: **Pronto.**

DRISCOLL: **¿Qué tendremos que hacer cuándo llegemos?**

DENHAM: **No lo sé, yo no adivino el provenir.**

DRISCOLL: Al menos tendrá una idea de lo que busca.

DENHAM: ¿Es que tiene miedo de que me pase algo?

DRISCOLL: No lo digo por usted, ni tampoco por mi. Es por Ann.

DENHAM: Ah, le gusta la muchacha, ¿eh? Ya tengo bastantes preocupaciones para que el amor venga a complicar las cosas. Olvídese de ella Jack.

DRISCOLL: El amor... ¿cree que a mi me engatusa la primera que llega?

DENHAM: Es algo que nunca falla. **Cuanto más duro es el hombre, más pronto se vuelve tonto ante una cara bonita.**

DRISCOLL: ¿Quién se ha vuelto tonto? ¿Es que le he fallado alguna vez?

DENHAM: ***Usted es un tipo fuerte, Jack. Pero si la belleza le hiere... (separa) me parece que esto me suena de algo.***

DRISCOLL: Oiga, no le entiendo una palabra.

DENHAM: Es el tema de mi película: la bestia también era muy fuerte. Podía vencer al mundo, pero vio la bella y se derrumbó. Se ablandó. Olvidó la prudencia y sus enemigos la vencieron. Piénselo, Jack.

MARINERO: (Apareciendo en cubierta) Señor Denham, el capitán dice que suba al puente. Hemos alcanzado la demarcación que le ordenó.

DENHAM: (Saliendo) Venga Jack, **le interesa escuchar esto...**

No es necesario extenderse en el motivo que preside esta nueva secuencia de demora: no es otro que la nueva publicidad de los hechos de la historia que todavía no han tenido lugar, una recuperación del anuncio compendiado en el lema árabe inicial sobre el motivo de la *bella y la bestia*, que ahora será nuevamente evocado por Denham (*La bella y la bestia*, repetirá un par de veces a lo largo de la conversación), que lo asociará al filme que planea (*es el tema de mi película*), el argumento del cual (¡que coincide paso a paso con el de *King Kong!*) será resumido en una última intervención: (*La bestia también era muy fuerte. Podía vencer al mundo, pero vio la bella y se derrumbó. Se ablandó. Olvidó la prudencia y sus enemigos la vencieron*). Pero en este pequeño anuncio del tema de la película se superpone en esta escena una nueva estimulación del deseo de contemplación pura del espectáculo, ahora partiendo de una irónica estrategia de deformación, no por humorística menos publicitaria: Ann juega con una pequeña mona, constituyendo una versión doméstica de lo que el espectador está emplazado a ver tarde o temprano a escala gigante. Pero la película sigue imperturbable su ejercicio de demora, y la pregunta de Driscoll al *director ¿Cuándo vamos a saber dónde vamos?* -pregunta que todos los espectadores podrían hacer suya- sólo tiene por respuesta un escuetísimo *Pronto*.

La siguiente secuencia, efectivamente, introduce algunas variaciones sobre el esquema de demora planteado hasta aquí. Pero estas variaciones sólo constituyen un incremento del contenido del anuncio, nunca una oferta consumada de lo que se ha anunciado. En esta secuencia, situada en el puente de mando del barco, Denham muestra al capitán y a Driscoll el mapa de una misteriosa isla que un capitán de barco le hizo llegar, donde está promenorizadamente descrito un escenario (una muralla parte la isla en dos territorios diferenciados) que, indefectiblemente, ha de ser el escenario de la aventura que hasta entonces se está anunciando. Reprendemos el diálogo del filme en este punto:

DENHAM: En la base de la península, separándola del resto de la isla, hay construido un muro.

DRISCOLL: ¿Un muro?

DENHAM: Sí, un muro levantado hace tanto tiempo que los indígenas ya han olvidado la antigua civilización que lo construyó. Pero ese muro

es tan sólido hoy como pudo serlo hace siglos. Los nativos están continuamente reparándolo.

CAPITÁN: ¿Por qué?

DENHAM: Sin duda porque al otro lado del muro hay algo que les infunde pavor.

DRISCOLL: ¿Una tribu hostil?

DENHAM: (Pausa larga. Denham se retira hacia el final y se gira nuevamente hacia ellos) **¿Han oído hablar de... King Kong?**

Sí, algo he oído, contesta el capitán del barco. Y lo mismo podrían contestar todos los espectadores del filme, porque, efectivamente, algo han oído, mejor dicho no han dejado de oír hablar de King Kong desde que un conjunto de maniobras publicitarias (la última de las cuales estaba comprendida en los mismos títulos de crédito) le han llevado a consumir un filme bajo el título *King Kong*, indefectiblemente referido a un gorila gigante, pero la contemplación del cual se ha demorado hasta el momento (ya llevamos 16'28" de proyección cuando Denham deja ir estas palabras), sin que se haya ofrecido al público otra cosa que una reiterada autopublicidad del espectáculo que este público ha pagado por ver. Y con todo, el poder de fascinación de este diálogo compensa la demora, sumiendo al público en una expectativa ahora aumentada, que combina la estimulación de un *deseo mimético* (la presentación del escenario, la nueva alusión al monstruo) y de un *deseo diegético* (la relación de aventuras y combates que han de venir, la posible solución armada del enfrentamiento con la bestia) con absoluta coherencia orgánica:

CAPITÁN: Sí, algo he oído: una superstición indígena, ¿no? una especie de dios o espíritu...

DENHAM: **Sea lo que sea, no es hombre ni animal. Es algo monstruoso y tan poderoso que sobrevive a través de los siglos sembrando un pánico mortal en esa isla. Pienso que toda leyenda está basada en un hecho real. Pienso que hay algo en esa isla que ningún blanco ha visto jamás.**

DRISCOLL: **¿Y pretende fotografiarlo?**

DENHAM: **Si de verdad existe tenga la seguridad de que lo haré.**

DRISCOLL: **¿Y si al monstruo no le gusta que le saquen fotos?**

DENHAM: Driscoll. **¿por qué cree usted que he traído todas esas bombas de gas?**

Pero el momento más asumidamente autopublicitario de *King Kong* está todavía por venir, y tiene lugar inmediatamente después de la secuencia que acabamos de comentar. Este momento exacerbado de autopublicidad viene constituido por las presuntas pruebas de rodaje que Denham hace a Ann en la cubierta del barco, un momento de una gratuidad y una inverosimilitud argumental absolutamente reveladoras, pero que encuentra su máximo sentido en la desacomplejada naturaleza de *tráiler* metonímico que el segmento supone en relación a las expectativas miméticas y diegéticas de todo el filme. La escena no tiene desperdicio en lo que se refiere a los diálogos que reproducimos seguidamente, ni a la visualización que se hace de un ensayo del que, como el espectador comprobará pronto, constituye, con pocas variantes, una de las escenas clave de la película:

(Denham está sobre la cubierta del barco ante una cámara. Ann, delante de él, se presenta con un sofisticado traje exótico)

DENHAM: Ajá, **el vestido de la bella y la bestia.**

ANN: Es el más bonito.

DENHAM: Muy bien, quédate ahí mismo.

ANN: Estoy nerviosa. Tengo miedo de no resultar fotogénica.

DENHAM: Puedes estar tranquila, si no hubiera estado seguro de que lo eres no te hubiera traído a la otra parte del mundo.

ANN: ¿Qué tengo que hacer?

DENHAM: Primero ponte de perfil. Cuando comience a rodar esperas y luego te vas volviendo poco apoco hacia mi. Me miras, sonrías, haces como que me escuchas y terminas riendo. ¿De acuerdo? Acción.
(Denham comienza a rodar. Ann hace todo lo que se le ha pedido. Agarrados al mástil del barco, el cocinero chino y un par de marineros contemplan la realización de la prueba)

MARINERO 1: Resulta un poco tonto, ¿no?

MARINERO 2: Es guapa, ¿verdad?

COCINERO: ¿Tú crees que él querer hacer foto a mi?

MARINERO 1: Tu eres muy feo, Charlie, romperías la máquina.

DENHAM: Muy bien, Ann, ahora te voy a hacer otra toma con filtro.

ANN: ¿Se encarga siempre usted mismo de la cámara?

DENHAM: Desde un viaje que hice a África. Hubiera logrado una toma estupenda de un rinoceronte atacando. Pero el cámara se asustó... cretino... yo estaba junto a él con un rifle. Por lo visto no se fiaba demasiado de mi puntería. Desde entonces he prescindido de los cámaras.

DRISCOLL: (Al capitán desde otro lugar de la cubierta) ¿no cree usted que está loco capitán?

CAPITÁN: Ama su profesión.

DENHAM: Ahora vas a empezar mirando para abajo. Cuando empiece a rodar levanta la vista despacito. Estas muy tranquila. No esperes ver nada. Después sigue mis indicaciones, ¿de acuerdo? Acción. (La imagen muestra a Ann siguiendo las indicaciones de Denham). **La vista arriba. Despacio, muy bien, no ves nada, ahora levanta más la vista, más todavía, y lo ves: que espanto, no puedes creerlo... abre más los ojos, es horrible pero no puedes dejar de mirarlos, estas perdida, no puedes escapar, estás indefensa, completamente indefensa, intentas gritar pero no puedes, tienes la garganta paralizada, intenta gritar, Ann, inténtalo: tal vez si no vieras lo que estás viendo podrías gritar: tápate los ojos y grita, grita con todas tus fuerzas.**

ANN: (grita muy fuerte)

DRISCOLL: Pero, ¿qué se supondrá que va a ver?

En esta pregunta de Driscoll, efectuada aproximadamente en el minuto 19'25" de proyección, queda condensado todo el deseo espectral de un filme que se ha caracterizado hasta el momento por seguir sin vacilaciones el trayecto publicitario que ha llevado al público a una sala, público que ahora sigue las sucesivas dilaciones del espectáculo anunciado mediante una temeraria pero realmente efectiva demora del auténtico espectáculo por el que se ha adquirido una entrada. King Kong no hará todavía su aparición, pero la publicidad del filme no llegará ya a ser tan temeraria. Tras una nueva secuencia de navegación a través de la niebla, el escenario anunciado -la isla de la calavera, reproducción minuciosa de un famoso cuadro de Arnold Böcklin, aparecerá, disipada la niebla, en el minuto 21'05" de proyección, para acoger una primera e infructuosa visita de los expedicionarios en donde, ante el muro que sigue solapando el acceso al espectáculo gratificante que se anuncia, Denham insistirá por última vez: *Será una película maravillosa.* Esta visita primera al escenario con la

visualización de la ceremonia de los indígenas, el retorno al barco, el secuestro de Ann (primer acontecimiento que precipita realmente la acción en el minuto 32'50"), y el segundo viaje de la tripulación a la isla son los últimos núcleos de demora antes del acceso al otro lado del muro (donde, propiamente, el espectáculo anunciado estalla) hasta la llegada de la figura de King Kong, figura visualizada al minuto 40'30" de proyección, prácticamente a la mitad de un filme que, como hemos querido demostrar, no necesitaba exhibirlo desde el primer momento para obtener, mediante una estudiada suspensión autopublicitaria, la atención de su público (11).

Notas:

(1) Patrice Buendia: "Les heritiers de Hitchcock", a *CinemAction* 71, pp. 62-69.

(2) *La guerra de las galaxias* (1977).

(3) Antonio Weinrichter, *El nuevo cine americano. Aproximación al cine americano de los años 70 desde una perspectiva de los géneros*. Zero: Madrid, 1979. P. 94.

(4) *King Kong* (1933)

(5) Transcribimos del diálogos de la versión editada por Filmax Video, Ivex Films, S. A. Barcelona.

(6) Como observa Enric Satué, los géneros encuentran ya en esta primera enunciación publicitaria, algunas evidentes señales de identidad: las letras de madera del *western* resultan uno de los ejemplos más evidentes (ver Enric Satué, "El principio y la fin de las películas" en el catálogo de la exposición *El siglo del cinema*, Centre de Cultura Contemporánea de Barcelona, Barcelona 1995, pp. 65-70)

(7) *El malvado Zaroff* (1932)

(8) Ver el epígrafe "My best girl: la narració com a vehicle" en Núria Bou, *La mirada en el temps. Mite i passió en el cinema de Hollywood*, pp. 86-87.

(9) El efecto de *abismación* se reproducirá a lo largo del filme, más allá del tiempo de estricta auto-publicidad que estamos refiriendo: cuando Denham transporta al capturado King Kong a Nueva York lo presenta como *la octava maravilla del mundo*, exactamente como los títulos de crédito del filme real anunciaban la presencia de Kong.

(10) Cronometraje realizado a partir de la visión de la referida copia en vídeo del filme.

(11) Esta decidida exacerbación del tiempo de la espera es característica de otros títulos clásicos del cine. Es probable que el mecanismo dilatorio de *King Kong* estuviera

inspirado en los efectos de demora conseguidos en el primero de los filmes producidos por la Metro Goldwyn Mayer, exactamente el año anterior, (1932) sobre la figura de Tarzan, *Tarzan the Ape Man* (*Tarzán de los monos*) de W.S. Van Dyke. Traicionando del todo la mecánica expositiva de la novela original de Edgar Rice Burroughs, la película se inicia con la presentación de un largo viaje por la selva, a la búsqueda de un cementerio de elefantes: dispositivo argumental otra vez basado en la publicitación de un ser misterioso que responde al nombre de Tarzan, del cual se llega a oír el grito, y a intuir su intervención, pero la presencia física del cual es hábilmente retenida por los guionistas del filme. La efectividad de la fórmula es tan evidente que es reproducida en el segundo título de la serie, *Tarzan and his mate* (*Tarzán y su compañera*, 1934) de la misma manera que los responsables de King Kong repitieron el procedimiento en la continuación del filme, *Son of Kong* (*El hijo de Kong*, 1933)

