



PROJECT MUSE®

---

Lope enamorado: Patrimonio cultural y cine postnacional

Robert E. Bayliss

Hispania, Volume 98, Number 4, December 2015, pp. 714-725 (Article)

Published by Johns Hopkins University Press

DOI: <https://doi.org/10.1353/hpn.2015.0120>



➔ *For additional information about this article*

<https://muse.jhu.edu/article/605430>

# Lope enamorado: Patrimonio cultural y cine postnacional



**Robert E. Bayliss**  
*University of Kansas*

**Resumen:** Este estudio ofrece un análisis contrastivo de dos casos de explotación de patrimonio cultural de la alta modernidad en el cine contemporáneo: *Shakespeare in Love* (1998) y *Lope* (2010). Los patrimonios culturales encarnados en las figuras de Lope de Vega y William Shakespeare se despliegan en las dos películas de manera que problematiza el concepto tradicional del llamado “campo de producción cultural” (Pierre Bourdieu) en la actualidad, ya que la producción cinematográfica es guiada por estructuras financieras cada vez más globalizadas, sin respeto a las identidades nacionales que estimulan el “capital cultural” de los dos dramaturgos en cuestión. Más allá de una lectura comparada de las dos películas, el artículo se enfoca en las complicadas dinámicas entre patrimonio cultural y su explotación económica, y en lo que los estudios culturales puedan aportar para su estudio.

**Palabras clave:** Félix Lope de Vega, *Lope/The Outlaw*, postnational cinema/cine postnacional, *Shakespeare in Love*, William Shakespeare

**E**n el campo de la producción cultural española actual, pueden observarse dos impulsos contradictorios. Por un lado, la popularidad de la serie novelística protagonizada por el ficticio Capitán Alatriste (del autor Arturo Pérez-Reverte) participa en una muchedumbre de representaciones de la época histórica conocida como el Siglo de Oro español, lo cual suele asociarse con cierta nostalgia cultural por una identidad o esencia nacional (incluso nacionalista).<sup>1</sup> Por otro lado, sin embargo, debido a los medios de comunicación masiva en nuestra época globalizada, las fronteras geográficas tradicionales entre naciones resultan cada vez más borrosas, razón por la que se recurre con frecuencia al concepto de un cine “postnacional” para caracterizar la producción cinematográfica contemporánea, sobre todo del cine más allá de Hollywood.<sup>2</sup> En casos como los dos filmes que se estudiarán en el presente estudio, *Lope* (2010, dir. Andruccha Waddington) y *Shakespeare in Love* (1998, dir. John Madden), que tienen en común la estrategia de cosechar el patrimonio cultural “clásico” de la pre-modernidad para crear un producto filmico para un público más bien postmoderno, podemos decir que atestiguamos el choque entre un sistema “centrífugo” postnacional que financia la producción cultural masiva y la demanda más bien centrípeta y “nacionalista” que dicho sistema pretende satisfacer. Un análisis de cómo se navega dicho conflicto promete iluminar por qué dos películas tan semejantes a primera vista experimentaron recepciones (tanto nacional como internacionalmente) tan dispares, tanto al nivel económico como al nivel crítico.<sup>3</sup> En el presente estudio se presentará primero la dinámica global de la industria cinematográfica para luego establecer dicha tensión (nacionalismo-postnacionalismo) manifestada en los dos filmes en cuestión.

Conviene primero explorar el concepto de un cine “postnacional” antes de sondear su problemática aplicación a los dos filmes en cuestión. Como explican Hester Baer y Ryan Long, el cine postnacional surge durante la última década del siglo pasado, por necesidad a la luz de las circunstancias artísticas y económicas que habían resultado de la globalización. Por eso afirma

Jean Dondelinger, comisario para asuntos audiovisuales y culturales de la Comunidad Europea, que “Film today is by definition a transnational product” (87). Ya que los cines nacionales por excelencia a lo largo del siglo XX—tanto europeos (Francia, Italia, etc.) como americanos (México)—se veían eclipsados por Hollywood en las butacas de sus naciones respectivas mientras la subvención estatal mantenía un declive continuo, la industria cinematográfica experimentó una explosión de producciones colaborativas entre profesionales e inversores de naciones dispares que pretendían competir con Hollywood. Como consecuencia de la producción de películas financiadas por capital multinacional, rodeadas en múltiples países, y realizadas por elencos y equipos de producción internacionales, la llegada de un cine postnacional puede describirse como el corolario natural de la globalización.

Merece destacarse que dicho fenómeno industrial se asocia también con cierta tendencia estética, como explican Baer y Long:

One striking feature of these international co-productions is their common aesthetic and thematic concern with contingency, chance, and coincidence, and with the lines between reality and fiction. These concerns shape both plot and narrative structure in films that present circular, fragmentary, or repetitive narratives, alternative or competing realities, and multiple versions or outcomes of the same story. (150)

Tal vez para destacar su identidad geopolíticamente liminal, el cine postnacional rechaza la misma preferencia por las “narrativas maestras” que se cuestionan más ampliamente en las culturas postmodernas. Es una estética que resiste la narrativa tradicional de Hollywood y su preferencia por lo que Aristóteles llamaría su “unidad de acción”, o sea la presentación lineal de una cadena de acciones, cada una causada por la anterior y responsable por la próxima. Obviamente, dicha tradición lineal y monológica no pertenece únicamente a Hollywood ni al arte fílmico, sino que refleja las preferencias estéticas de la cultura occidental desde la antigüedad clásica.

En particular debe notarse que la narrativa lineal y monológica se ha desplegado desde hace siglos en los mitos propagandísticos asociados con los movimientos nacionalistas.<sup>4</sup> Es decir que el “cine postnacional” merece su nombre de veras, por romper con un modo de representación de que ha dependido el nacionalismo, tanto en general como en los casos concretos de Inglaterra y España, las dos naciones que forman el trasfondo de los dos filmes examinados en el presente estudio. Desde el mismo Siglo de Oro español y la contemporánea época isabelina inglesa, se ha promovido una visión de la nación en ambos casos que sirve los intereses del poder mediante unos mitos que narran la necesidad y sobre todo la inevitabilidad de su autoridad.<sup>5</sup> En la época absolutista, el concepto de la nación guiada por el monarca benevolente se presentaba mediante un discurso providencialista, o sea por presentar el monarca absolutista como otorgado al pueblo por Dios mismo. Aunque las ideologías asociadas con el nacionalismo desarrollarían desde estos orígenes teológicos hasta los movimientos nacionalistas más bien seculares e incluso populistas de los siglos XIX–XX, dicho desarrollo puede considerarse la consecuencia de una serie de conflictos ideológicos que, a fin de cuentas, consistían en la competencia entre versiones diferentes de narrativas nacionalistas, todas las cuales dependían de la misma linealidad narratológica, presentada como inevitable (el destino de la nación), desde una sola perspectiva cuya legitimidad no debía cuestionarse.<sup>6</sup>

En contraste, el cine postnacional destaca la casualidad en vez de la causalidad de lo representado. Tal como describen Baer y Long, filmes como *Lucía y el sexo*, *Y tu mamá también* y *21 Grams* destacan el papel de la contingencia como motor de la acción representada, lo que se supone proporciona cierto efecto “realista” o al menos un contraste con los *bestsellers* de Hollywood cuya acción corresponde a lo que Kristin Thompson llama la “classical narrative technique”. Si este modo narratológico “clásico” ofrece una visión coherente de lo representado que se corresponde con una perspectiva fija, el cine postnacional suele representar múltiples perspectivas, de manera fragmentada, para reflejar la realidad de la globalización y sobre todo

la falta de unanimidad asociada con un mundo más allá de las narrativas maestras, incluso las narrativas que se despliegan al servicio de una causa nacionalista. En fin, describimos un efecto pluralista que refleja un público global, globalizado, y diverso. Sean lo que sean las razones por la atracción a estas tendencias estéticas, el efecto producido en la pantalla claramente marca una ruptura con Hollywood, y con los enlaces cine-estado que caracterizaron la producción cinematográfica anterior a la globalización. En fin, el concepto de “nación” en sí supone una identidad unitaria o unificada que no cuaje con la realidad globalizada del cine actual. Sin embargo, tanto *Lope* como *Shakespeare in Love* dependen de dicha técnica de narrativa “clásica” precisamente por enfocarse en las biografías de figuras históricas cuya fama se basa en el prestigio cultural adquirido a lo largo de los siglos intermedios a base de la misma técnica.

Ya que la naturaleza del cine postnacional va en contra de la sobredicha “unidad de acción” aristotélica, el choque ideológico es inevitable en una película “postnacional” que se aprovecha de un mito nacionalista, por ejemplo la biografía de una figura histórica que conlleva cierto privilegio cultural, conocida por el público a través de su empleo previo para fines nacionalistas. Por un lado, dicho privilegio cultural en sí puede considerarse una especie de “narrativa maestra”, ya que su importancia se basa en lo que implica para la nación, tal como ha sido narrado a lo largo de su despliegue. Por otro lado, sea lo que sea el génesis del proyecto,<sup>7</sup> la rentabilidad de un filme basado en el patrimonio de una cultura concreta depende (al menos parcialmente) del interés del público espectador de dicha cultura, a no ser que la figura histórica en cuestión haya logrado importancia cultural más allá de su propio país, lo que es cierto sin duda en el caso de Shakespeare y, aunque quizás de manera más limitada, Lope de Vega. Dicho de otra manera, el éxito comercial de los dos filmes reflejaría hasta qué punto sus respetivos públicos se identifican con la narrativa implícita de su capital cultural, de la correspondencia entre la designación institucional y anhelo popular de los dos poetas y su obra como patrimonio cultural—si aceptamos una definición amplia de “patrimonio cultural” que incluye todo tipo de consumo y referencia relacionados al teatro isabelino y áureo por las comunidades que los consideran patrimonio suyo.

Conviene en el presente estudio abordar el concepto de “capital cultural” originalmente forjado por Pierre Bourdieu para matizar nuestras consideraciones de Shakespeare y Lope, y sobre todo las narrativas biográficas asociadas con los dos poetas, como patrimonio cultural en sus respectivos países. Se presentó dicho concepto por primera vez en el ensayo “Cultural Reproduction and Social Reproduction” (1973) para describir la perpetuación de tradiciones sociales a través de la producción cultural, pero su tratamiento más amplio se publicó en “The Forms of Capital” (1986), ensayo que describe la inversión de energía social en ciertos símbolos y productos culturales, y la acumulación de dicha energía a través del tiempo. Según Bourdieu, el capital cultural se manifiesta en tres modos concretos (encarnado, materializado e institucionalizado), todos relevantes para el presente estudio, para ejercer su potencia en las culturas capitalistas. Es decir que en cada actuación (capital encarnado), producto de mercancía (capital materializado) y asignatura académica (capital institucionalizado) se ve en acción el capital cultural encarnado por los nombres de Shakespeare y Lope. Tal vez por referirnos a dos figuras culturales cuyas vidas acontecieron durante otra fase económica (proto-capitalista), o tal vez por ser herramienta crítica asociado con los estudios culturales (disciplina inclinada más a la producción cultural contemporánea), la aplicación de este concepto crítico a la actividad cultural moderna que conmemora un pasado cultural “clásico” aun queda por realizar.

Por lo tanto, el “cómo” y el “por qué” del despliegue del capital cultural encarnado en las figuras de Lope y Shakespeare desde la modernidad temprana son imprescindibles si buscamos una lectura de las dos películas que las sitúe en sus propios contextos culturales. El concepto de capital cultural expuesto por Bourdieu enfatiza una función social, o sea la participación en una organización jerárquica de la comunidad más allá del concepto tradicional de “clase” social, lo que se ve en tanto la programación cultural (celebraciones de aniversarios, festivales y otras puestas en escena patrocinadas por el gobierno) como en los sistemas públicos de educación,

tanto en España como en el Reino Unido. Tal como explican José Antonio Maravall y José María Díez Borque del contexto español, y Stephen Greenblatt y Louis Montrose del contexto británico, dicha función diferenciadora ha sido manejado desde el mismo siglo XVII, cuando en ambos países el teatro público fue regulado y controlado para proteger los intereses de las instituciones en poder. Karey Casten y Duncan Wheeler participan en una conversación crítica amplia por la cual se ha expuesto el uso del teatro clásico español para afirmar las ideologías apoderadas a lo largo del siglo XX, y en la monografía *Spaces of Identity* David Morley y Kevin Robins descubren un despliegue semejante en el contexto inglés, donde la obra de Shakespeare se empleaba para que los consumidores de la segunda mitad del siglo XX se reconciasen con la nueva realidad post-imperial y postcolonial de su entorno geopolítico.

Sin embargo, la investigación más reciente revela que la definición de Bourdieu resulta simplista para describir la actualidad cultural en la época postmoderna de la globalización, en la que los modos de transmitir y consumir el capital cultural experimentan cambio y desarrollo constantes. Douglas Lanier, por ejemplo, arguye que la aplicación del modelo de Bourdieu a las adaptaciones filmicas de la obra de Shakespeare resulta insatisfactoria, ya que puede observarse fácilmente que los modos de (re)producir y consumir dichas adaptaciones durante los 1950 y 1960 tienen poco que ver con el “boom” de adaptaciones de los 1990. Dicha evolución toca a todos aspectos del medio cinematográfico—público (de adultos a adolescentes), puesta en escena o ambientación (de representar el contexto histórico propio a Shakespeare a montajes más “libres” y hasta anacrónicas), correspondencia al lenguaje y verso del guión original, etc. Lo que perdure a pesar de tantos cambios es que la autoridad y el capital cultural asociado con la “marca” de Shakespeare—que propongo aquí como comparable, si no igual, al caso español de Lope de Vega—todavía sirve una función educativa fácil de percibir tan solo por examinar los currículos escolares institucionalizados en los mundos angloparlante y hispanoparlante. Donde se parten los dos casos tiene que ver con las realidades políticas y culturales de los dos países: mientras el capital cultural isabelino se ha evolucionado en un contexto relativamente estable, lo que sugeriría cierta estabilidad en cuanto al sentido de *Englishness* promovido por el despliegue de dicho capital cultural y las instituciones responsables por la programación cultural, en España las épocas pre- y post-guerra y luego la transición postfranquista a la democracia representan choques más drásticos entre las versiones operantes del carácter español (el concepto de “hispanidad”). En fin, mientras el valor atribuido al nombre de Shakespeare se ha mantenido de manera relativamente consistente, no podemos afirmar lo mismo de Lope en España, lo que explica para Wheeler la carencia de una tradición de adaptarlo a la pantalla—más que nunca durante las décadas inmediatamente después de la muerte de Franco, cuando “la españolidad” experimentó cambios drásticos que implicaban un despojo de los íconos y símbolos (como Lope de Vega) propagados durante la dictadura (188).

No debe sorprenderse, por lo tanto, que las narrativas nacionalistas implicadas en las dos películas, por lo paralelo que parezcan a primera vista, no sean aceptadas igualmente por los dos pueblos que pretenden servir. Encima, sean lo que sean las diferencias culturales y políticas entre España e Inglaterra, tanto el legado del teatro clásico como su despliegue a lo largo de la historia desde el siglo XVII condicionan una dimensión nacionalista al patrimonio cultural que puede chocarse con la actualidad política/cultural en cualquier momento concreto, sobre todo por filtrarse por el medio de comunicación masiva que es la industria actual del cine, la que ya se ha descrito como fenómeno postnacional y globalizado. Por ser *Shakespeare in Love* y *Lope* dos películas que mercantilizan las biografías de dos hombres coetáneos que luego se convertirían en símbolos poderosos, revelan lo inseparable que son las nociones tradicionales de prestigio cultural y las economías en las que se circulan. Es precisamente en este espacio liminal entre el teatro clásico y el cine postnacional donde nuestro análisis comienza.<sup>8</sup>

Es bien sabido que las carreras de Lope y Shakespeare llevan mucho en común: ambos son responsables por el desarrollo de una industria de teatro público y popular a comienzos del

siglo XVII; ambos lograron la innovación artística por participar activamente en las economías de dicha industria; ambos desafiaron el *estatus quo* tanto de la teoría dramática como de la práctica teatral, por tomar en cuenta las circunstancias actuales y sobre todo los gustos de sus respectivos públicos. Los paralelos se extienden mucho más allá de sus propias vidas, hasta el estado mítico que los dos disfrutaban hoy día como figuras culturales reconocidos como los fundadores del llamado “teatro clásico” de sus respectivos países. Shakespeare y Lope ambos escribieron obras de teatro que generaron controversia en los siglos XVI/XVII pero que ya son canónicos, institucionalizados, y desplegados al servicio de agendas políticas y culturales que los mismos poetas nunca podrían haberse imaginado. La lista de paralelismos entre Lope y Shakespeare de hecho podría extenderse *ad infinitum*.

Dichos paralelos fueron el punto de partida natural para la recepción crítica de la película *Lope*, especialmente en los Estados Unidos y en el Reino Unido, doce años después del éxito global de *Shakespeare in Love*. Aunque el título de la película se cambió para su estreno en el mundo angloparlante, de *Lope* a *The Outlaw* (se supone por ser Lope de Vega menos conocido por ese público), el título *Lope in Love* habría concordado mejor con su recepción por los medios de comunicación ingleses y estadounidenses. Una exploración de las reseñas críticas y los anuncios publicitarios circulados durante su estreno en varios festivales de cine internacional y luego su salida como DVD revelan referencias constantes a *Shakespeare in Love*, incluso una alusión a Lope de Vega como “the Spanish Shakespeare” (Shirley O. Lua) y otra sugerencia de que la película evidencia “a hint of *Shakespeare in Love*” (Deborah Young). En su reseña para screendaily.com, Lee Marshall asegura:

Lope in Love? The plot of this historic romp centering on the romantic intrigues of prolific Spanish Baroque playwright Lope de Vega at the beginning of his literary career bears so many resemblances to John Madden’s 1998 Oscar-winner that you have to remind yourself that the script is in fact a fairly accurate account of Lope’s colourful life. (n.p.)

En vez de presentar una lista exhaustiva de cómo la película *Lope* se hace eco de *Shakespeare in Love*, conviene destacar unos puntos en común importantes con respecto a la formulación de ambas películas como productos comerciales que pretenden ser rentables para sus inversores corporativos por basarse en la biografía de un personaje histórico de prestigio cultural profundo. Es decir, según la terminología de Bourdieu, las dos películas convierten el “capital simbólico” del teatro clásico en la “capital cultural objetivado” de la industria del cine. Las maneras en las que los dos filmes se desvían, sin embargo, sugieren diferencias notables tanto de lo que significa cada icono cultural para su cultura como de las identidades culturales operantes en cada producción. Dicho de otra manera, el hecho de que *Shakespeare in Love* no es un producto autóctono de Londres, sino de Hollywood (en colaboración con algunas figuras clave de la “cultura alta” inglesa) y luego dirigido a un público global, puede explicar por qué la representación de Shakespeare y su obra difiere tanto del tratamiento que recibe Lope de Vega en la película *Lope*, una película concebida para un público principalmente español, aunque también producido por un elenco internacional. Las comunidades para las que los poetas constituyen dicho capital cultural, por tener experiencias del nacionalismo tan dispares en el siglo XX, se relacionan con las narrativas representadas en la pantalla de manera dispar. Por tomar en cuenta esta discrepancia, sean lo que sean los méritos estéticos de ambos filmes, es lógico que no disfrutaron la misma fortuna en la taquilla (tanto nacional como internacionalmente). Merece mencionarse también que la fama más limitada de Lope de Vega fuera de España y el mundo hispanoparlante inevitablemente afectaría el interés internacional en la película *Lope* en comparación con *Shakespeare in Love*.

*Shakespeare in Love* presenta un relato ficticio durante la carrera naciente del joven Shakespeare, que le permite al público imaginar las experiencias reales que podrían haber inspirado

algunas de sus obras maestras. Al comienzo de la película, Shakespeare es un dramaturgo pobre a quien le cuesta producir fragmentos de comedias convencionales para satisfacer a los empresarios de la industria teatral; roba ideas y pide consejos mientras ensambla una comedia improvisada para procurarse un adelanto de los empresarios. Es por enamorarse de Viola, ya prometida a un noble y hija de un comerciante rico, que se inspira a producir sus sonetos más famosos y quizás la historia amorosa más famosa del mundo, *Romeo y Julieta*. El público espectador del filme observa el romance apasionado e ilícito entre los dos mientras se va componiendo la obra teatral, hasta el fin amargo pero inevitable de la relación—fin que explica por qué la comedia que había prometido a los empresarios se convirtiera en la famosa tragedia. Esta estrategia de entrelazar la ficción histórica con el canon del teatro clásico isabelino permite que *Shakespeare in Love* se aprovecha de la fama del protagonista para pre-condicionar la recepción de la ficción presentada por la película. Entramos en la película ya familiarizados con el poder de la pluma de Shakespeare, y se supone que la película nos informa de su inspiración subyacente. Comedia romántica de Hollywood glosa la tragedia clásica isabelina, proceso a través del cual el capital cultural de este último legitima y monetiza el primero.

*Lope* también toma como punto de partida lo que podríamos llamar una aproximación de “vida y obra,” en tanto que se basa libremente en la biografía del poeta (biografía estudiada por los académicos en mayor detalle que la de Shakespeare, ya que carecemos de documentación y datos muy concretos para ese último) mientras descubre y desarrolla su talento como dramaturgo. Ya sabemos que los datos biográficos reales de Lope de Vega son en sí materia de telenovela, pero a diferencia de *Shakespeare in Love*, *Lope* no entrelaza sus famosos amoríos y problemas legales con ningún ejemplo concreto de su obra dramática, tal vez por la disponibilidad de datos biográficos concretos a diferencia de la escasa documentación sobre la vida de Shakespeare. *Lope* no entrelaza su trama con la de ninguna comedia específica, pero sí vemos la vida tumultuosa del genio detrás de la tradición teatral que hoy conocemos como “el teatro clásico español”, y vemos cómo se emplearon sus talentos como poeta tanto dentro como fuera del escenario. La obra de Lope de Vega no se reduce sinecdotalmente a una pieza dramática específica como se hace a la obra de Shakespeare, tal vez porque su enorme y diversa obra resiste una reducción tan simplista, pero quizá también porque sustituye el nacionalismo español por el narcisismo de Hollywood que en *Shakespeare in Love* sirve como motor de la producción, como se verá a continuación.

Mientras *Lope* no se centra en lo que podría haber inspirado ninguna comedia específica, sí intenta conectar su biografía con varios motivos que son comunes en su obra en general. El contraste entre los escasos recursos económicos de su familia y sus enormes ambiciones se introduce desde el comienzo de la película, cuando regresa a la casa de su madre moribunda después de su servicio militar. Cuando llega a Madrid, primero visita a un amigo empleado por el Marqués de Navas para limpiarse y pedir prestado un traje y un caballo, lo que le permite volver a casa como había prometido, triunfante y enriquecido por su servicio heroico al rey. Cuando muere su madre poco después, Lope se endeuda para pagar un funeral que no corresponde con la verdadera situación económica de su familia, sino la imagen proyectada de nobleza a la que se aspira: contrata a varios actores vestidos de noble para asistir a la ceremonia como dignatarios. Luego sus relaciones amorosas son complicadas por el deseo de sus amantes de disimularlas, dado el estado humilde del poeta, aunque al fin y al cabo Isabel decide ignorar dichas consideraciones socioeconómicas. Por tanto, el apetito por la riqueza y las aspiraciones de movilidad social se muestran como preocupaciones importantes para el protagonista, como sabemos que le fueron también en la vida real, gracias a la investigación biográfica académica (veáse el libro seminal de Elizabeth Wright, *From Pilgrimage to Patronage: Lope de Vega and the court of Philip III, 1598–1621*).

La narrativa ofrecida en *Lope* resiste la tendencia del cine postnacional de enfatizar el azar y la contingencia, tal como se describe arriba, para aprovechar de su importancia cultural en

las tradiciones nacionalistas españolas. Dicho aprovechamiento depende de que se ligen los datos biográficos del Fénix y una “narrativa maestra” nacionalista que, como ya se ha descrito, se toma como punto de partida la inevitabilidad de su subida a la cumbre de la gloria cultural de su nación. La inclinación natural de Lope hacia el *performance*, o sea la dramatización del *topos* barroco del *theatrum mundi*, hace que su descubrimiento accidental de la industria teatral parece ser un acto de providencia divina, un descubrimiento decisivo para el futuro de la cultura española. Una vez dedicado a la dramaturgia vemos cómo transformó el teatro popular, pero antes de nada vemos su destreza y genio verbal como poeta. Al comienzo de la película ya había monetizado sus habilidades como poeta amoroso a sueldo; de hecho un cliente se queja de que el retrato lírico que le había contratado para su esposa le parece demasiado íntimo, y que sospecha un agravio a su honor, por lo que le paga con una bofetada. La fama del talento poético de Lope se propaga rápidamente, y el Marqués de Navas lo contrata para escribir versos con los que espera enamorar a la dama principal Isabel de Urbina. Vemos que Isabel se inclina a casarse con el marqués hasta que descubre que en realidad es Lope el autor de los versos que la han enganchado. La potencia seductora del joven poeta se demuestra incluso capaz de cruzar las mismas fronteras sociales que bloquean sus ambiciones sociales. Aún el famoso “soneto de Repente” es desplegado en esta campaña de publicidad para reforzar el heroísmo cultural de Lope de Vega, con el cual responde al reto de otro noble en una fiesta organizada por el marqués. Dicho noble, el Marqués de Perrenot, más tarde sería responsable por los problemas legales del poeta insolente, problemas que se presentan en la película como la consecuencia de sus ambiciones sociales. En fin, Lope de Vega se presenta como genio cuyas habilidades poéticas eran capaces de cruzar las barreras sociales que antes se consideraban infranqueables.

De hecho, los intentos iniciales de Lope de arrimarse a la industria del teatro público en la película dependían de esta agudeza poética espontánea. Cuando Lope intenta presentar una obra original a Jerónimo Velázquez, autor de comedias en Madrid, no se le permite entrar, al menos antes de ver a la Elena, hija del empresario. Lope le improvisa unos versos tan conmovedores que se ve obligada a pedir a su padre que lo vea, aunque solo por querer cultivar una relación amorosa con él. Su trabajo para Velázquez como copista con una inclinación hacia la reescritura de las obras que debe tan solo copiar permite un comentario corriente del fénix sobre la naturaleza del teatro y de la representación poética en general. Lope les enseña a sus superiores lo que el teatro debe ser: la representación emotiva de la vida, subrayando la experiencia humana en vez de la presentación mecánica de personajes-tipos en situaciones estereotipadas; la mezcla de elementos trágicos y cómicos, a fin de reflejar mejor la vida real. De esta manera Lope revela su genio y nos enseña cómo su propia comedia nueva resolvería los problemas del teatro anticuado. Después de que el autor Velázquez reconoce el talento del joven, se da cuenta con asombro de lo que, por supuesto, ya sabemos como inevitable: que él presenciaba la aparición del mejor dramaturgo que jamás había visto España.

Así que la película *Lope* pretende recordarnos del tesoro del patrimonio cultural constituido por la obra del dramaturgo y de los que lo seguirían en el Siglo de Oro. La película, es decir, participa en el “culto del fénix” más amplio que se ve en la cultura española actual, en los museos, parques, calles, plazas, hoteles, restaurantes, escuelas y teatros que llevan su nombre, tal como si fuera marca de tanta mercancía. Esta muchedumbre de referencias se ha acumulado a lo largo de los siglos, lo cual hace que la geografía urbana de España (sobre todo en Madrid) puede leerse como catálogo de los muchos despliegues del nombre del poeta en los varios momentos históricos en los que se quería aprovechar del anhelo nostálgico de su pueblo para su figura.

Lope de Vega ha funcionado así como marca a lo largo de la historia española post-áurea, de hecho desde su propia vida, cuando se utilizó el famoso epitafio para señalar alta calidad: “Es de Lope”. En 2014 dicho epitafio se tomó como punto de partida para la exposición “Es Lope”, patrocinado por la Real Academia Española y la Comunidad de Madrid, en la Casa-Museo



Lope de Vega. Ni es el nombrado museo, ubicado en el “barrio de letras” donde vivió Lope hace cuatro siglos, el único dedicado al protagonista de *Lope*: en Olmedo, por ejemplo, el Palacio del Caballero es uno de varios monumentos dedicados al poeta cuya obra *El Caballero de Olmedo* sigue haciendo famoso al pueblo leonés, donde se abraza la asociación con Lope al extremo de albergar un festival de teatro clásico cada año. Dicho festival se incluye en el circuito vernal de festivales dedicados al teatro clásico español, que también cuenta con la participación de Almagro, Badajoz, Olite, Cáceres, Alcalá de Henares y Almería. Más allá de los festivales, varios sitios a través de España que se nombran en la obra de Lope—Fuente Obejuna, Olmedo, Ocaña—conmemoran el aporte de Lope de Vega a sus identidades locales y se aprovechan de su apariencia en el cañón literario para generar turismo.

Este culto del Fénix se ha desplegado de manera sinérgica con otras figuras del Siglo de Oro, sobre todo Cervantes, Calderón y Diego de Velázquez, quienes todavía disfrutaban celebraciones conmemorativas ocasionados por fechas de nacimiento y aniversarios de muerte o de ciertas publicaciones. Esta programación cultural ha sido muy consistente durante los últimos cien años, a pesar de la inestabilidad política e institucional. De hecho, la película *Lope* constituye un paso más en el proceso desde la muerte de Franco para resucitar una figura cultural que hasta la década de los 1970 había sido cooptado y asociado con los valores de la dictadura. Este proceso incluye los esfuerzos por la Compañía Nacional de Teatro Clásico (CNTC) de rescatar la Comedia de su cargo político, así como los esfuerzos de Pilar Miró en los 1990 para actualizar el culto del fénix con su adaptación de *El perro del hortelano*, película patrocinada en parte por el gobierno español. La crisis económica actual en España no ha alterado este impulso para recuperar el patrimonio cultural del Siglo de Oro, impulso que se remonta más allá de Franco a Lorca, a la Generación del 98, a los debates casticistas del siglo XIX. Realmente este impulso para utilizar teatro áureo para proyectar una imagen de poder y riqueza cultural se remonta al propio Siglo de Oro, cuando la dinastía Habsburgo lo incorporó en su propia presentación propagandística. Tal como se describe en el estudio seminal por José Antonio Maravall, *Teatro y literatura en la sociedad barroca*, la comedia lopesca desde su estreno se ha desplegado para fines mucho más allá del entretenimiento popular. *Lope* parece ser impulsado por el mismo deseo de conectar con un espíritu nacionalista que anhela nostálgicamente conectarse con la época clásica, ese momento de esplendor cultural en que España había surgido por primera vez como nación-estado unificado. Dicha nostalgia perdura como impulso cultural fuerte a pesar de los altibajos del nacionalismo español en los últimos cien años, pero dicha turbulencia sí ha impactado la unanimidad y tal vez el entusiasmo con los que este impulso cultural resuena.

Por lo tanto, mientras que la película *Lope* constituye una extensión natural de este culto del fénix en el ámbito del cine español, la película no se ha recibido con el mismo entusiasmo que se recibía *Shakespeare in Love*. Es más, tomando en cuenta la realidad del cine “postnacional” en el siglo XXI, resulta problemático llamarla una película puramente “Made in Spain”. Aunque el guión fue escrito por dos españoles y recibió la mayor parte de su financiación corporativa de la Telefónica, fue dirigida por el brasileño Andrucha Waddington y protagonizada por el actor argentino Alberto Ammann. La mayor parte del rodaje se realizó en Marruecos, y la película se atribuye a una empresa conglomerada multinacional (española/brasileña), y es listada como co-producción de Antena 3 Films, Conspiração Filmes, Ikiru Films, Telefónica y El Toro Pictures. En la era de los medios de comunicación cada vez más controlados por corporaciones multinacionales, las nociones tradicionales de “cine nacional” resultan menos precisas que nunca. Entonces puede ser difícil decir que *Lope* sea una película española “pura”, ya que las medidas de “limpieza de sangre” industriales ya no parecen factibles para las producciones cinematográficas de gran escala. Sin embargo la película fue escrita y financiada principalmente por españoles y para un público español, y la mayor parte de su reconocimiento crítico, los premios ganados y sobre todo las ventas de taquilla se debe a España.

Dada la inestabilidad política en España a lo largo del siglo XX y las implicaciones para el despliegue del capital cultural encarnado en la figura de Lope de Vega que se describió anteriormente, tiene sentido que la recepción de *Lope* en la taquilla fue tibia. El caso de *Shakespeare in Love* parece aun menos claro, ya que es una película producida por una industria de Hollywood menos interesada en las implicaciones nacionalistas o identitarias para el culto de Shakespeare en su patria. Aunque la lista de contribuidores ingleses asociados con la tradición clásica teatral es notable (desde el co-escritor Tom Stoppard a los actores Joseph Fiennes, Geoffrey Rush, Colin Firth y Judi Dench), dicha tradición ya lleva décadas de relaciones estrechas con Hollywood, de lo cual podemos citar numerosas adaptaciones filmicas de las obras de Shakespeare como evidencia. A diferencia de *Lope*, que adopta el modo narrativo ‘aristotélico’ de Hollywood (y del nacionalismo) descrito antes pero sin enchufarse a sus mecanismos de financiación, en *Shakespeare in Love* se nota que las tropas ‘autóctonas’ inglesas proveen cierta ‘autenticidad’ cultural a la producción pero sin cerrarse a los fondos ni a la publicidad global generados por Hollywood. Tal como reporta Martin Harries, Miramax Films invirtió unos 15 millones de dólares tan solo en la campaña publicitaria para el premio Oscar.

Es decir que esta película rinde homenaje no tanto a Shakespeare sino a la ‘cultura alta’ del teatro clásico en sí, a la potencia de la representación dramática para reflejar la experiencia humana, ya que dicho modo de consumo también se aplica al cine de Hollywood. Por apelar al capital cultural de Shakespeare se pretende recordarnos que el cine es para la cultura actual lo que el teatro fue en aquél entonces. Igual al premio Oscar que ganó en 1998 y igual a casi todo lo que se refiere a Hollywood, en *Shakespeare in Love* se percibe cierto narcisismo. Hay mucho que se presenta en el contexto del siglo XVII como análogo a las presiones que se enfrentan en Hollywood actualmente: crisis de financiación, demandas del público que podrían competirse con la visión artística, y límites a la expresión libre debido a la censura y la regulación gubernamental. Así arguye Harries, quien afirma que “*Shakespeare in Love* is, however, at least as much about Hollywood’s love affair with Hollywood—with film, but also with itself as a place and an industry—as it is about any tribute to ‘the theater’”. Que Shakespeare supera estos desafíos mientras crea la magia de *Romeo y Julieta* también es análoga a la capacidad del cine para superar sus propios retos y crear la magia de Hollywood. Esta magia, por supuesto, no discrimina y se venderá a cualquier público en el globo que pague.

Se supone que dicha discrepancia de finanzas y marketing entre los dos filmes al menos parcialmente contribuyó a los dispares resultados económicos que experimentaron: aunque temáticamente se comparten mucho, es al nivel de éxito comercial donde más se divergen. Sin embargo, no es preciso decir que el “fracaso” español se debe tan solo a su marketing. Por un lado, en cuanto a la taquilla nacional, el público español en una época pluralista y descentralizada no recibió *Lope* con mucho entusiasmo. Por otro lado, su recepción más allá de la península ibérica resultó aun peor, fenómeno informado por las brechas políticas e ideológicas con la Latinoamérica postcolonial que merecen más atención de lo que puede prestarse en el presente estudio. Si la relación entre la figura de Shakespeare y el nacionalismo británico resulta más consistente y estable (y por eso más rentable) que la relación Lope de Vega-España, la relación Shakespeare-Estados Unidos es aun más claramente más próspera que la dinámica Lope-América latina.

Por lo tanto, la estrategia de *Lope* de monetizar el capital cultural del fénix parece haber fracasado. A pesar de una reacción generalmente positiva por parte de la crítica (aunque dicha crítica debe leerse críticamente como función del deseo de que sea exitoso el filme, ya que significaría una victoria para un cine español en su competencia constante con Hollywood), la película ganó solamente unos 4,5 millones de euros, menos de la mitad de su presupuesto (10 millones). En contraste, *Shakespeare in Love* recaudó 289 millones de dólares frente a un presupuesto de 25 millones de dólares. A primera vista, puede que esta disparidad apoye lo que Duncan Wheeler ha descrito como “Shakespeare envy” (169) para describir el complejo sufrido

por los practicantes del teatro clásico hoy día. Esta actitud es comprensible: el festival de teatro clásico de 2012 en Olmedo ofreció más obras de Shakespeare (3) que los de cualquier dramaturgo español (Calderón tenía 2 obras realizadas). El festival teatral “Olmedo Clásico” de 2013 ofreció dos representaciones de los tres dramaturgos Lope, Calderón y Shakespeare. Mientras en España y en el mundo hispanoparlante se asocian ambos Lope y Shakespeare con la idea de un teatro clásico universal, en el mundo angloparlante apenas se ha intentado (al menos más allá de la academia) conocer al Fénix.<sup>9</sup>

Dado el poderoso capital simbólico de Shakespeare, la comercialización de la película *Lope* como “Lope in Love” tal vez no sea mala idea. Cuando se tiene en cuenta el reciente fenómeno de representar la obra lopesca traducida al inglés, parece claro que la relación entre las dos tradiciones puede ser mutuamente beneficiosa. Pero sea lo que sea su recepción fuera de España, la reacción tibia a *Lope* en España abre varias preguntas interesantes que quedan por explorar. ¿Se puede atribuir la anemia taquillera de *Lope* a su (comparativamente escasa) publicidad? ¿Refleja cierto decline en interés por parte del pueblo español actual? ¿Será porque el público español, después de décadas de propaganda nacionalista durante la dictadura, se queda especialmente sensible a otra presentación de Lope como encarnación de lo español? Por eso, ¿se resiste el “classical narrative technique” adoptada por la película, como si oliera al franquismo? Luego, si *Shakespeare in Love* se ha abrazado como instrumento pedagógico en las escuelas del Reino Unido y los Estados Unidos, ¿cuáles obstáculos—más allá de lo estético—impiden una función semejante para *Lope* en España y América latina? Como puede verse, la lista de asuntos que quedan por tratarse es amplia, y demuestra cuánto todavía desconocemos de la función cultural de Lope, Shakespeare y sus coetáneos desde su época dorada.

Aunque el presente estudio no pretende responder directamente a dichas preguntas, la lectura comparativa de *Shakespeare in Love* y *Lope* nos ha mostrado que el “campo de producción cultural” de cualquier cultura debe tomar en cuenta el impacto irreversible de la globalización. Igual a la ironía de ver el éxito comercial reciente de la producción teatral de *El hombre de la Mancha* (traducida del guión inglés escrito por Dale Wasserman, pero basada libremente en la novela cervantina) en el Teatro Lope de Vega madrileño, puede ser que en el siglo XXI los españoles conocerán a Lope de Vega más por su relación análoga con Shakespeare que por el anhelo nostálgico cultural a lo clásico (Siglo de Oro) autóctono. Desde esta perspectiva, sean lo que sean las implicaciones para el nacionalismo español, puede que Shakespeare esté enamorado, pero hace posible que un público más amplio se enamore de Lope también.

## NOTAS

<sup>1</sup>Touton explica que el objetivo de Pérez-Reverte era “que los jóvenes españoles conocieran mejor la cultura histórica y literaria de su país” (1025).

<sup>2</sup>Bergfelder explica el concepto del cine postnacional, y Jordan aporta un análisis semejante al caso particular del cine español reciente.

<sup>3</sup>Aunque la discrepancia en cuanto a la recepción de los dos filmes pueden explicarse por varias razones—incluso factores estilísticos y/o estéticos que puedan afectar el gusto y el entusiasmo con los que se reaccionaron los consumidores—el presente estudio no pretende explicar exhaustivamente todas dichas posibilidades, sino enfocarse en las estrategias de los dos cineastas en cuestión mediante el análisis textual.

<sup>4</sup>En el presente estudio se toma prestada la definición del término “nacionalismo” ofrecido por Balfour y Quiroga: “an ideology that assumes or claims a territorially defined community to be a nation legitimized by history and enjoying (or seeking) sovereignty” (1).

<sup>5</sup>El despliegue de narrativas providencialistas para promover el poder absolutista se ha examinado en detalle en la crítica asociada con el “nuevo historicismo,” marco teórico cuya formación se atribuye con frecuencia a Greenblatt. Véase a Montrose para una articulación concisa del caso isabelino, y a Cascardi para el caso áureo español.

<sup>6</sup>Brannigan explica cómo el mito nacionalista al que ha sido sometido la figura de Shakespeare refleja “the bifocal perspective characteristic of cultural materialist readings of Renaissance literature” (104). En el caso español, sirve como ejemplo los mitos nacionalistas promovidos por el régimen franquista, tal como describe Duplá.

<sup>7</sup>*Lope* fue originalmente concebido por los guionistas españoles Jordi Gasull y Ignacio del Moral; el guion de *Shakespeare in Love* fue inspirado por el escritor estadounidense Mark Norman y luego realizado por el director teatral británico Tom Stoppard. Nótese que en el primer caso, la primera inspiración es “autóctona”, mientras que es “extranjera” en el segundo.

<sup>8</sup>Se utiliza en el presente estudio el discurso académico de los “cultural studies”, por hablar de conceptos como industria, producción y consumo, y la globalización, para aproximar las representaciones fílmicas del teatro altomoderno español e inglés. Se relaciona al corriente de los estudios alto-modernos asociados con el “New Historicism”, ya que se concibe la producción cultural como sitio para la negociación de tensiones culturales que debe situarse en la red de textos literarios y extraliterarios en la que consiste la cultura de cualquier momento histórico. Ambas aproximaciones surgieron durante los años 70 y 80 del siglo pasado, igual que los aportes de Maravall y Díez-Borque en España, y todos para subrayar la relación texto-contexto anteriormente prescindida por la filología. Por desarrollarse en el campo de los estudios sobre la producción cultural actual y reciente, los estudios culturales suelen enfatizar las dimensiones materiales y de formación identitaria más que los estudios áureos, y por eso conviene aplicar dicho marco teórico del caso de las dos películas en cuestión.

<sup>9</sup>Nótese que la carencia de conocimiento de Lope se va remediando en el siglo presente, especialmente en el ámbito de las puestas en escena teatrales. La producción del Royal Shakespeare Company de varias obras lopescas, comenzado en 2004, inició un especie de “renacimiento” de montajes y traducciones, desde el grupo Out of the Wings a las producciones en 2013 y 2014 de *El castigo sin venganza* y *La dama boba* en en teatro real de Bath y el teatro Arcola en Londres.

## OBRAS CITADAS

- Baer, Hester, y Ryan Long. “Transnational Cinema and the Mexican State in Alfonso Cuarón’s *Y tu mamá también*”. *South Central Review* 21.3 (2004): 150–68. Impreso.
- Balfour, Sebastián, y Alejandro Quiroga. *The Reinvention of Spain: Nation and Identity since Democracy*. Oxford: Oxford UP, 2007. Impreso.
- Bergfelder, Tim. “National, Transnational or Supranational Cinema? Rethinking European Film Studies”. *Media Culture Society* 27.3 (2005): 315–31. Impreso.
- Bordieu, Pierre. “Cultural Reproduction and Social Reproduction”. *Knowledge, Education and Cultural Change*. Ed. Richard K. Brown. Londres: Tavistock, 1973. 71–84. Impreso.
- . “The Forms of Capital”. *Handbook for Theory and Research for the Sociology of Education*. Ed. John Richardson. Westport: Greenwood, 1986. 241–58. Impreso.
- Brannigan, John. *New Historicism and Cultural Materialism*. Nueva York: St. Martin’s, 1998. Impreso.
- Cascardi, Anthony J. *Ideologies of History in the Spanish Golden Age*. University Park: Penn State UP, 1997. Impreso.
- Dondelinger, Jean. *Les Recontres cinématographiques de Beaune*. (17–21 oct. 1991.) Procedimientos inéditos. Impreso.
- Duplá, Antonio. “El franquismo y el mundo antiguo: Una revisión historiográfica.” *Lecturas de la historia: Nueve reflexiones sobre historia de la historiografía*, Ed. Carlos Forcadell e Ignacio Peiró. Zaragoza. 2002. 167–90. Impreso.
- Harries, Martin. “Hollywood in Love”. *Chronicle of Higher Education* 16: 1999. Web. 14 ago. 2014.
- Jordan, Barry. “How Spanish Is It? Spanish Cinema and National Identity”. Ed. Barry Jordan y Rikki Morgan-Tamosunas. *Contemporary Spanish Cultural Studies*. Londres: Arnold, 2000. 68–78. Impreso.
- Kasten, Carey. *The Cultural Politics of Twentieth-Century Spanish Theater: Representing the Auto Sacramental*. Lewisburg: Bucknell UP, 2012. Impreso.
- Lanier, Douglas. “Recent Adaptations of Shakespeare and the Mutations of Cultural Capital”. *Shakespeare Studies* 38 (2010): 104–13. Impreso.
- Lua, Shirley O. “Biopic Traces Exciting Life of Lope de Vega, the ‘Spanish Shakespeare’”. *Phillipine Enquirer*. Web. 3 oct. 2011.
- Montrose, Louis. “Spenser and the Elizabethan Political Imaginary”. *English Literary History* 69.4 (2002): 907–46. Impreso.

- Morley, David, y Kevin Robins. *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. Londres: Routledge, 1995. Impreso.
- Thompson, Kristin. *Storytelling in the New Hollywood: Understanding Classical Narrative Technique*. Cambridge: Harvard UP, 1999. Impreso.
- Touton, Isabelle. "El capitán Alatriste de Arturo Pérez-Reverte y la memoria nacional". *El siglo de oro en escena. Homenaje a Marc Vitse*. Toulouse: Universitaires du Mirail, 2007. 1025–36. Impreso.
- Wheeler, Duncan. *Golden Age Drama in Contemporary Spain: The Comedia on Page, Stage and Screen*. Cardiff: U of Wales P, 2012. Impreso.
- Wright, Elizabeth. *From Pilgrimage to Patronage: Lope de Vega and the Court of Philip III, 1598–1621*. Lewisburg: Bucknell UP, 2001. Impreso.
- Young, Deborah. "Lope—Film Review". *Hollywood Reporter*. Web. 14 oct. 2010.