



La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna

Gilles Lipovetsky y Jean Serroy (Anagrama, 2009)

“Videopantalla, pantalla miniaturizada, pantalla gráfica, pantalla nómada, pantalla táctil: el nuevo siglo es el siglo de la pantalla omnipresente y multiforme, planetaria y multimediática”. Con estas palabras, Lipovetsky y Serroy resumen el problema central del presente libro. “¿Qué efectos tiene esta proliferación de pantallas en nuestra relación con el mundo y con los demás, con nuestro cuerpo y nuestras sensaciones? ¿Qué clase de vida cultural y democrática anuncia el triunfo de las imágenes digitalizadas? ¿Qué porvenir aguarda al pensamiento y a la expresión artística? ¿Hasta qué punto reorganiza este despliegue de pantallas la vida del ciudadano actual?” Preguntas que se basan sobre un supuesto: el cine, arte por excelencia del siglo XX, es un arte (o una industria) de la pantalla. Todas las pantallas posteriores derivan de

él. De ahí que la mentada muerte del cine sea, para los autores, más que una proclama apocalíptica, el síntoma de un cambio que nos habla de una transformación: el cine no ha muerto, ha mutado en otras formas diversas. Ésta es una de las principales ideas de los autores.

No sólo se trata de múltiples soportes tecnológicos y lógicas de consumo diversas, también se trata de una diversificación temática. Ahora el cine trata problemas antes relegados o trabajados desde la perspectiva de estereotipos convencionales. “Hoy, los niños, los adolescentes, los ancianos, las parejas divorciadas, los solteros, los gays, las lesbianas, los negros, los discapacitados, los marginales, los estilos de vida más heterogéneos se abordan por sí mismos. Paralelamente, con el paso del tiempo aumentan las películas realizadas por mujeres: el género documental ha vuelto a renacer; los dibujos animados no están ya enclaustrados con su público juvenil, sino que se dirigen a los adultos; las películas reconstruyen los grandes mitos de la nación, los blancos, los «pieles rojas», los vaqueros”. El cine se ha vuelto global, al mismo tiempo que fragmentado, plural y multiculturalista.

Una primera idea, no del todo original pero lo suficientemente fuerte como para organizar la exposición de la primera parte, es que el cine nació moderno. Tal como lo menciona Béla Balász, citado por los autores, “el cine es el único arte cuya fecha de nacimiento conocemos”. A diferencia de otras artes, el cine no ha debido emanciparse de orígenes místicos o religiosos para convertirse en un arte: ha nacido como tal, sin servidumbres. Por otro lado, el cine responde a un esquema de autoinvención, sin antecedentes ni referencias, sin modelos ni rupturas, como sucede en la historia de las artes anteriores. La lógica sería aquí, según Lipovetsky y Serroy, la de una técnica que surge de modo natural e ingenuo, no requerido por las urgencias o necesidades de un arte. “El arte no crea la técnica, es la técnica lo que inventa el arte”. Desde estas ideas se organiza, a modo de referencia, una nueva cronología del arte cinematográfico que, si bien conserva componentes de los esquemas tradicionales con lo que se ha tendido a dividir la historia del cine, pone el énfasis en el carácter moderno de la invención.

Cuatro son las edades del cine para los autores: una

modernidad primitiva, caracterizada por la búsqueda de una condición y una definición artísticas que, al no haber modelo originario, ha de rastrear en las referencias a otras manifestaciones, como el teatro, preferentemente en sus formas más populares, como el vodevil, las farsas o las escenas dramáticas, y que llega hasta los hallazgos más ricos y complejos de la narrativa novelesca; una segunda fase denominada modernidad clásica, situada entre las décadas de 1930 y 1950, debida, en principio, a la introducción del sonido pero caracterizada también por sucesivas incorporaciones técnicas, desde el color hasta las pantallas panorámicas, y por el asentamiento de una gramática caracterizada por la transparencia del dispositivo; entre los cincuenta y los setenta se desarrolla una modernidad vanguardista y emancipadora, que sobre la base del cuestionamiento del modo de representación anterior, busca espacios de libertad, lejos de los estudios y los esquemas estandarizados para entrar en una fase de innovaciones en el nivel de lo productivo, lo temático y lo estilístico; la cuarta época, bautizada como hipermoderna, surgida entre finales de los setenta e inicios de los ochenta, constituye el fenómeno analizado por este libro.

Esta última, y presente, etapa, es segmentada en tres grandes características: la imagen-exceso, la imagen-multiplejidad y la imagen-distancia. No se trata sólo de una expansión de lógicas anteriores, como la multiplicación de las tecnologías, particularmente desde la introducción de la imagen (y el sonido) digital, o la búsqueda de innovaciones estéticas, sino sobre todo de la instalación de una lógicas productiva y de consumo basadas en el creciente proceso de personalización. La imagen que van configurando los autores es de un cine que, lejos de encontrarse deprimido como lo aseguran muchos discursos críticos, se ha multiplicado en variadas manifestaciones, yendo desde las superproducciones cada vez más millonarias hasta los filmes de presupuesto ínfimo; desde el tratamiento de los grandes temas hasta las historias mínimas, personales, culturales, étnicas y genéricas; desde los relatos ficcionales hasta el resurgimiento del documental, en una variedad antes inédita.

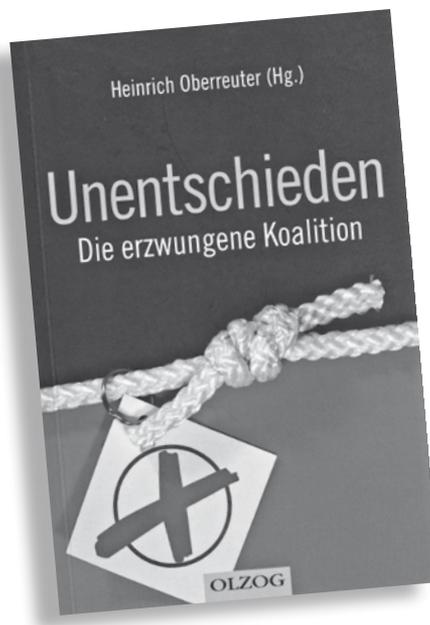
La segunda parte del libro explora diversas manifestaciones del cine hipermoderno, centrándose en las

actitudes que definen las posturas de los autores y las industrias del cine y repensando las estrategias temáticas y discursivas de las producciones más actuales, con el fin de develar la existencia paradójica de una producción que se enfrenta a un mundo igualmente ambiguo. Lo verdadero y lo falso, lo banal y lo íntimo, la transparencia y la (auto) reflexividad, la realidad y la militancia, la historia, la memoria, la ecología, la democracia y el mercado, son temas que marcan esta reflexión y nos dan a entender que no nos encontramos frente a un fenómeno homogéneo, que acepta de buena gana los discursos abiertos tanto como aquellos francamente contradictorios. Lejos de la estandarización de antaño, la hipermodernidad privilegia un cine “a la carta”.

La tercera parte del libro, aquella que termina por justificar su título, tiene como tema todas las pantallas del mundo. Bajo la noción de pantalla global, Lipovetsky y Serroy intentan una taxonomía de los distintos formatos que alumbran el cotidiano hipermoderno: la televisión (en su variedad programática), la publicidad (en diversos soportes), la información (asociada a varias formas de transmisión), la videovigilancia, los videojuegos, los videoclips, el videoarte y el arte digital, constituyen los terminales de la pantallización del mundo. Vistos como hijos bastardos del cine, prevalece la lógica de la cinevisión, de la inevitabilidad de su presencia en el entorno y del fenómeno como respuesta autogeneradora a una sociedad personalizada.

Lejos de su desaparición, el cine, sostiene sus autores, bajo nuevas estrategias y formas de consumo, sigue presente: “Los tiempos, sin duda, han cambiado, pero en un mundo que se ha vuelto hipermediático, el papel social del séptimo arte, en contra de lo que a veces se afirma, no está de ningún modo en declive”. Por fin, una última idea, que termina por articular el discurso del libro, es que el cine no sólo construye una percepción del mundo, sino que, “en un sentido más radical, produciendo la realidad”.

Por Udo Jacobsen Camus



Unentschieden - Die erzwungene Koalition

(Indecisos, una coalición forzada)

Heinrich Oberreuter (editor)

(Verlag Olzog, München, Alemania, 2009) [En alemán]

Enfrentados a nuevas elecciones generales en Alemania en septiembre de 2009, historiadores, científicos políticos y comunicadores políticos se han apresurado en ofrecer análisis académicos sobre las estrategias electorales y comunicacionales y sobre las coberturas periodísticas pasadas que iluminen el tiempo de campaña que ya empezó y el próximo proceso electoral.

Uno de los textos recién aparecidos en ese país, que recoge la contribución de 15 autores, es *Unentschieden - Die erzwungene Koalition* (Indecisos, una coalición forzada). Su editor, el profesor de ciencia política y director de la Akademie für Politische Bildung Tutzing Heinrich Oberreuter, escribe y convoca en el libro a otros renombrados expertos en el estudio de campañas, elecciones y coberturas periodísticas de estos procesos: Frank Bretts-

chneider, Wolfgang Donsbach, Christa Hategan, Richard Hilmer, Olaf Jandura, Matthias Machnig, Marcus Maurer, Patrick Moreau, Viola Neu, Oskar Niedermayer, Carsten Reinemann, Dieter Roth, Siegfried Weischenberg y Jürgen Wilke.

Los artículos remiten a la experiencia del proceso electoral alemán de 2005, que “obligó”, subrayan los autores, a la inesperada formación de la segunda gran coalición en la historia de la república federal del país. Lo describen como un hito en un largo proceso de desarrollo y se preguntan si el sistema de partidos alemán está cambiando, si están desapareciendo las formas convencionales de coalición. Fue este escenario tan inusual el que, según los analistas, va a motivar aún mucha investigación sobre las campañas políticas.

Entre los temas de discusión que involucran a los medios y que se abordan en el libro está el, según Frank Brettschneider, malogrado manejo comunicacional que significó que la propia campaña terminara destruyendo a una de las candidaturas; la pregunta acerca de quiénes fueron los verdaderos beneficiados con las coberturas mediales sobre las elecciones generales de 2005; el análisis de las impresiones de las audiencias durante los debates electorales; los resultados de un estudio comparativo de la cobertura de las elecciones en la prensa diaria alemana de referencia y tabloide realizado por el profesor del Johannes-Gutenberg-Institut für Publizistik de la Universidad de Maguncia, Jürgen Wilke; y el crítico cuestionamiento a la independencia de los periodistas germanos en un artículo del profesor de la Universidad de Hamburgo Siegfried Weischenberg.

En tiempos en que también en Chile estamos en periodo de campaña electoral, este libro ofrece buenos ejemplos de un espíritu analítico e investigativo en temas de trascendencia para la política y su tratamiento por parte de los medios de comunicación social y sus profesionales, que pueden despertar y motivar interesantes y necesarias réplicas en nuestro país.

Por María Elena Gronemeyer