

PREFACIO A LA TERCERA EDICIÓN*

MÁS DE DIEZ AÑOS han pasado desde que Homniphères, la editorial que dirige Alain Dichant, publicó por primera vez mi libro sobre la crisis de los medios, que posteriormente, en 2007, conoció una segunda edición. Cédric Biagini, de la editorial L'Échappée, publica ahora una tercera.

La mayor parte de los temas que se tratan en este nuevo Prefacio tienen su desarrollo en los capítulos principales de *La crisis de los medios*; otros, en cambio, son inéditos y solo pueden encontrarse en estas páginas introductorias. No he tenido que actualizar el contenido principal del libro, por la sencilla razón de que la mayoría de los problemas siguen exactamente igual a como estaban (muchos de ellos incluso se han agravado desde entonces).

* A petición de Peter Watkins, para la presente edición de *La crisis de los medios* hemos tomado como texto de referencia la edición digital de *Media Crisis* (publicada en la página *web* del autor, pero inédita por ahora en forma de libro para los lectores en lengua inglesa), así como la traducción al francés que llevó a cabo su hijo Patrick Watkins, tal y como apareció publicada en tercera edición por L'Échappée. Esta versión francesa introduce numerosas modificaciones y mejoras estilísticas con respecto al original inglés; las hemos tenido en cuenta y las hemos incorporado a nuestra traducción siempre que lo hemos considerado oportuno. Asimismo, hemos incluido el epílogo y la tabla cronológica que figuran en la citada edición francesa. (Nota del editor y del traductor).

A mediados de los años setenta, el Departamento de Historia de la Universidad de Columbia de Nueva York me invitó a dirigir sendos cursos de verano dedicados al papel de los medios de masas audiovisuales (MMA a partir de ahora) y fue así, gracias al análisis de la forma narrativa utilizada por la televisión (telediarios y series de ficción como *Raíces* u *Holocausto*), como aquellos estudiantes y yo descubrimos el uso estandarizado de la *Monoforma* (que es como dimos en llamarla). No solo contabilizábamos el número de cortes (de montaje) que había en cada noticia y cuántas veces cambiaba la cámara de perspectiva dentro de un mismo plano (*zooms*, panorámicas, basculaciones, etcétera), sino que también examinábamos el tiempo de emisión concedido a las opiniones del público frente al concedido a los presentadores, así como los momentos de silencio.

Nos sorprendió la increíble velocidad, pero también la repetición y la uniformidad en la sucesión de imágenes (montaje). Con independencia del tema tratado, del formato en el que se presentara (telediario o ficción televisiva) y del contenido emocional e intelectual, la estructuración del tiempo y el espacio era idéntica. En el conjunto del material analizado, la duración media del plano era de unos 7 segundos, tiempo que en la actualidad seguramente se ha reducido a 3 o 4 segundos, y puede que a mucho menos en determinados casos.

Lo que sigue es una lista de estrategias suplementarias —algunas de las cuales se analizan con más detalle a lo largo de este libro— impuestas por quienes controlan los MMA a fin de mantener su poder económico y político y su dominio sobre la audiencia y sobre los profesionales de los medios en general:

legitimar la explotación del «entretenimiento» (con su indiscutible capacidad para someter y distraer) en todos los formatos posibles;
controlar la totalidad del programa y su contenido (tema y mensaje) para adaptarlo a la ideología de la sociedad de con-

sumo y al orden económico vigente (lo que se conoce como *gatekeeper process* o «proceso de selección» de la información); estandarizar la forma narrativa e impedir al mismo tiempo cualquier debate crítico sobre el daño que ello ha causado a la creación en cine y televisión;
asegurarse de que la relación (proceso) entre los MMA y el público mantiene su carácter jerárquico y sigue siendo rigurosamente unidireccional;
utilizar la velocidad y un tiempo reducido y fragmentado para asegurarse de que el espectador no disponga del espacio necesario para reflexionar o para considerar alternativas;
convencer a la audiencia de que los programas de los MMA son inofensivos y neutros (incluyendo para ello el uso de términos míticos como «objetivo», «ajustado a los hechos», «equilibrado», «imparcial»);
restringir el acceso a la información relacionada con estas estrategias, así como cualquier análisis general o debate crítico, ya sea con el público o dentro del sistema educativo;
colaborar con los sistemas de enseñanza para asegurarse de que los estudiantes y los realizadores principiantes aceptan estas estrategias como «prácticas profesionales normales»;
recurrir a la represión, la marginación de la discrepancia y la exclusión profesional para asegurarse de que estas estrategias no son cuestionadas públicamente;
embarcarse en un complicado proceso de engaño del público para hacer creer que nada de lo anterior está pasando.

QUISIERA EXPLICAR brevemente la trayectoria vital que está en el origen de esta visión crítica de los MMA, en particular del cine y la televisión.

A mediados de los años sesenta, tras varios años como cineasta aficionado, rodé *Culloden* y *The War Game* para la BBC. La primera narraba la última tentativa de rebelión jacobita de los *highlanders* escoceses en 1746 y la brutal represión que siguió a su derrota; la segunda analizaba las consecuencias probables de un ataque nuclear en Gran Bretaña.

Culloden tuvo una repercusión considerable cuando se emitió en la televisión británica a finales de 1964. Sin embargo, *The War Game* fue censurada en 1965, y la BBC prohibió durante veinte años su emisión en todo el mundo. El escándalo que desencadenó aquello, así como el hecho de que yo dejara la BBC y entablara una batalla pública para que el filme pudiera verse, tuvieron como resultado una marginación cada vez mayor de mi trabajo entre los profesionales del cine del Reino Unido, país del que decidí exiliarme en 1968.

Pasé los diez años siguientes tratando de reunir fondos para financiar mis proyectos y visitando escuelas y universidades, principalmente en Norteamérica y los países nórdicos, en donde dirigí seminarios sobre los peligros de la carrera nuclear y sobre la falta de independencia y de valentía que demostraban los MMA a la hora de programar. En 1969 hice pública una primera declaración sobre los medios.

Al principio, también yo hacía uso de la Monoforma en mis películas —*Culloden*, *The War Game*, *Punishment Park*—, pues había asimilado ese lenguaje como la única «gramática» cinematográfica posible. Me habían metido esta idea en la cabeza, al igual que los conceptos de «objetividad» e «imparcialidad», durante mis primeros años como telespectador, así como a lo largo de mi formación como realizador en la BBC. Aunque no era todavía consciente de la existencia de la Monoforma, ya trataba, sin embargo, de cuestionar el concepto de «realidad» documental e intentaba que mis películas parecieran documentales filmados en vivo. Tenía la esperanza de que la incongruencia de una película sobre una

batalla ocurrida en 1746, pero que se presentaba como si estuviera sucediendo en el presente, o de una película «realista» sobre un acontecimiento que en realidad no había ocurrido (un ataque nuclear en Gran Bretaña), incitaran a cuestionar la validez de lo que se conoce como «realidad documental».

Sin embargo, durante los seminarios en la Universidad de Columbia terminé por comprender que las estrategias a las que recurría para subvertir la forma documental tradicional seguían estando dentro de las estructuras de la Monoforma y encerraban al público en un lenguaje jerárquico, lo que colocaba mi trabajo en una posición contradictoria.

En los veinte años que siguieron a esta labor de análisis traté de desarrollar otras estructuras y procesos narrativos, que tuve oportunidad de poner en práctica en tres ocasiones: en 1986, en *The Journey* (un filme mundial de 14 horas en favor de la paz); en 1994, en *The Freethinker* (una biografía de August Strindberg) y en 1999, en *La Commune (Paris, 1871)*. Solo este último trabajo encontró financiación dentro de los circuitos profesionales. Todas las televisiones nacionales con las que contactamos para financiar el rodaje de distintas escenas de *The Journey* en los respectivos países se negaron, sin excepción, a colaborar con nosotros.

De hecho, estas películas post-Monoforma son la parte de mi obra que ha encontrado peor recepción, principalmente —a decir de los profesionales de la industria— por ser demasiado largas. Las verdaderas razones de esta marginación radican, obviamente, en otra parte. Prueba de ello es la reacción de un productor del National Film Board de Canadá, quien, tras ver unos pocos minutos de *The Journey*, gritó indignado: «¡Pero esto qué es!». O la del responsable de programación de un canal alemán, quien, a los pocos minutos de que empezara la proyección de la película en el Festival de Berlín, se levantó airadamente de su butaca y abandonó la sala hecho una fiera. O la del directivo del canal ARTE que, después de haber financiado *La Commune*, declaró que yo «no

había alcanzado» mis objetivos y que había que hacer un nuevo montaje para «ayudar al público». Tras de lo cual, ARTE se negó a programar la película en la franja horaria habitual —la emitió, por contra, entre las diez de la noche y las cuatro de la madrugada— y se negó incluso a editarla en formato vídeo, que era el procedimiento de comercialización habitual en aquella época.

Estos ejemplos personales ilustran la hostilidad con que reaccionan los MMA a las formas y procesos alternativos. Otros cineastas podrían contar sus propias experiencias, pero lo normal es que se resistan a hacerlo públicamente, por miedo a perder financiación y/o quedarse fuera de unos MMA en los que impera la sumisión.

EL CAPÍTULO titulado «Directores, festivales y represión» parte del hecho de que la gran mayoría de los festivales de cine a los que he asistido desde los años sesenta han tenido por objetivo programar tantas películas como fuera posible (como si de un hipermercado se tratara), lo que dejaba muy poco tiempo para debatir con el público. Cuando digo «debatir» no me refiero a un intercambio superficial de preguntas y respuestas con el director para saber cómo ha hecho la película, qué tipo de ópticas ha utilizado, cómo se ha financiado el proyecto, etcétera. Me refiero a debates en los que se planteen cuestiones esenciales desde un punto de vista democrático, como la manera en que la cinta comunica con el público o el papel que juega —o no— el recurso a la Monoforma estandarizada.

Hará cuatro o cinco años, me puse en contacto con los organizadores de un modesto festival de cine documental en Francia, después de ver que anunciaban «coloquios» tras las proyecciones —si bien exhibían una treintena de películas en un día y medio. A mí me parecía que semejante programación no solo era excesiva en sí misma, sino que, obviamente, no dejaba tiempo para debatir. Les pregunté también si tenían previsto incluir la cuestión de

la Monoforma en alguno de los debates. Uno de los organizadores me respondió muy amablemente que intentarían resolver el problema de la programación para la siguiente edición; y uno de sus compañeros me escribió igualmente para contarme que su intento de abordar el tema de la Monoforma con algunos de los realizadores que participaban en el festival había sido recibido de manera muy «agresiva» —lo que me hace pensar que en muchos documentales la Monoforma sigue utilizándose de buen grado.

Hace poco, el primero de estos organizadores volvió a escribirme para contarme que ahora prestan una mayor atención a la cuestión de la forma. Según parece, uno de los miembros del equipo del festival, que se había opuesto frontalmente a proyectar nada que durase más de 52 minutos, se había quedado prendado de una película china que duraba... ¡más de nueve horas! Según me decía en aquel mismo correo, los documentales que seleccionan se alejan ahora de los estándares de la Monoforma y, como programadores, conceden la mayor importancia a la ausencia de música y de voz en *off*, a los planos largos, etcétera. También están tratando de proyectar menos títulos, en mejores condiciones y dejando tiempo suficiente para un verdadero debate, que muchas veces acaba centrándose en cuestiones de forma, de sonido y de imagen, más que únicamente en el contenido.

Mi corresponsal hacía, no obstante, hincapié en que mi antigua crítica a los festivales de cine había dejado de tener vigencia; que ahora la situación se ha polarizado en «dos mundos separados»; que uno sigue estando dominado por la televisión y la Monoforma, pero que luego hay otro que agrupa a una minoría de festivales que defienden una visión *de autor*, una multiplicidad de formas y (a veces) hasta un cierto compromiso político.

Añadía que esos festivales conceden más tiempo (más de una hora por sesión) a debatir con el director, si bien no me quedó claro si en dichos debates suele tratarse o no la cuestión de la Monoforma. Este organizador reconocía que sigue siendo crítico

con algunos de estos festivales alternativos, sobre todo por el número excesivo de títulos y por el tamaño de sus catálogos, que los asemejan a verdaderos supermercados culturales.

Si he mencionado este intercambio epistolar con los organizadores de un modesto festival es porque plantea una serie de cuestiones que yo no había tratado cuando redacté *La crisis de los medios*. Es verdad que hace años que no acudo a festivales, debido a la posición cada vez más incómoda en que me deja mi crítica del lenguaje estandarizado del que se sirven la mayoría de los filmes proyectados. Sinceramente espero que, tal y como apuntan los organizadores de este festival, esté habiendo un cambio en el mundo del cine y del documental. Pero, con el debido respeto, tengo que expresar mis dudas.

No niego que existan esos «dos mundos separados», lo que me preocupa es que se conciban a sí mismos en términos de mutua exclusión: que el uno justifique la necesidad de la Monoforma y de unos medios audiovisuales de masas basados en el consumo, mientras el otro (en la actualidad minoritario) defiende la importancia de los autores independientes y de los festivales que muestran este tipo de trabajo.

En teoría del cine, el punto de vista del autor se considera importante porque una película ha de reflejar la visión creativa personal del director, libre de las presiones comerciales de los MMA. Sin embargo, y aunque la individualidad de la voz creativa es, lógicamente, muy importante, en el contexto de la crisis de los medios esta perspectiva puede dar lugar a algunas contradicciones. Sobre todo porque teorías como estas, que en cierto modo sacralizan el papel del director, no suelen sacralizar, ni aun mencionar siquiera, el papel del público en el proceso cinematográfico.

Viendo cuál ha sido la evolución de los MMA y la televisión, lo normal es que el público se limite a jugar el papel de «espectador» o «receptor»; y lo que me temo es que esta teoría del autor va a seguir reforzando el exclusivismo en favor del realizador en un

momento en el que urge repensar la relación entre los medios y el público.

LOS PARTIDARIOS de la cultura mediática de masas (un elemento dominante en la actual formación en comunicación audiovisual) sostienen que el público participa en la experiencia de visionado de cine y televisión a través de la posibilidad que le ofrece de compartir un discurso en torno a los contenidos: «¿Viste lo que le pasó anoche a fulano en el episodio de tal serie? Pues a mí me pasó lo mismo hace poco». O: «¿Qué te parece que se hayan separado? A mí me parece fatal», etcétera. Aunque no se debe desestimar este potencial, considerarlo un medio para elevar el nivel democrático de nuestras sociedades resulta falaz: no solo porque la cultura mediática de masas está sometida a los códigos de la Monoforma en un grado mucho mayor que cualquier otro producto de los MMA, sino porque la utilización generalizada de dichos códigos no ha dado jamás lugar a un debate público y crítico sobre el papel de los medios.

Tratando de abundar un poco más en el papel del público, me gustaría referirme brevemente al concepto de «proceso», que habría que distinguir de la «forma narrativa». La idea de «proceso» remite a la relación entre el medio de masas y el público; y no cabe duda de que, en general, los medios mantienen una relación claramente jerárquica con el público —relación que defienden con mucho celo, si es preciso esgrimiendo como pretexto la libertad de expresión.

La mayoría de las constituciones y declaraciones de derechos proclaman la libertad de expresión de los medios, pero rara vez mencionan la del espectador. Cuando lo hacen, no es para defender unas relaciones equilibradas entre los medios y el público; esto es, unas relaciones que impliquen un diálogo equitativo y

abierto en el que ambas partes se escuchen y en el que, efectivamente, las aportaciones democráticas del público contribuyan a un verdadero intercambio con los MMA, no solo en cuanto al contenido de los mensajes, sino también en cuanto a la manera en que este se ve afectado por la forma y el proceso de transmisión. Un intercambio de tal naturaleza casi nunca tiene lugar, porque los medios aplican la premisa del «profesionalismo» para distinguirse del público. Muchos males y muchos problemas —empezando por la jerarquía social— se crean en su nombre.

Y sin embargo, ¿no cabría suponer en este punto que una de las funciones universales de las distintas categorías de MMA consiste precisamente en «comunicar» de una u otra manera? ¿Acaso no se habla de estos medios como instrumentos de «comunicación de masas»? Si es así, ¿qué significa eso exactamente?

De toda la vida, los productores de Hollywood se han presentado como «contadores de buenas historias» (es decir, de historias con potencial comercial). La Monoforma se desarrolló y se estandarizó precisamente con ese objetivo. Hollywood nunca ha entendido la «comunicación» como un proceso en el que se comparte de manera recíproca y abierta una narrativa con los espectadores, sino como producción de materiales en un proceso jerárquico y unidireccional, esto es, en el que el público no puede dar su parecer o hacer su propia aportación.

Lo trágico es que este proceso unidireccional no solo fue copiado cincuenta años más tarde por la televisión, sino que también ha pervertido el desarrollo del cine documental, cosa que podía haberse evitado si, desde el momento en que aparecieron estos formatos, hubiera habido un debate público y un cuestionamiento de amplio alcance: ¿hacia dónde nos lleva este proceso? ¿Por qué lo estamos haciendo así? ¿Cuáles pueden ser las consecuencias? La historia entera de los MMA podría haber sido muy distinta —y seguramente mucho más democrática.

Por desgracia, las características y motivaciones humanas más negativas ganaron la partida. Una de las consecuencias de esta evolución histórica de los MMA ha sido el control absoluto que, desde los años setenta, han ejercido los canales de televisión «alternativos» sobre el movimiento del cine documental. La crisis de los medios ha terminado personificándose en todos esos responsables de programación que, rivalizando en hipocresía, imponen a diario la Monoforma al tiempo que disfrazan su tiranía con una supuesta radicalidad y un supuesto progresismo.

El CINISMO profesional, otro rasgo distintivo de los jefes de los MMA, queda perfectamente ilustrado en el siguiente ejemplo, incluida su referencia a la lamentable pérdida de la capacidad de concentración, sobre todo entre las generaciones más jóvenes.

En septiembre de 2013, el célebre actor y director de teatro norteamericano Kevin Spacey fue el encargado de pronunciar el prestigioso discurso Guardian McTaggart en el festival anual de televisión de Edimburgo ante un público compuesto por ejecutivos de los medios. Instó a la industria a «promover el talento» y a ofrecer al público lo que quiere, cuando quiere y en la forma en que lo quiere: «Si lo que quieren es darse un atracón, deberíamos permitirles darse un atracón».

Spacey contó que Netflix, el gigante americano de la televisión y las series por internet, había «hecho números» en sus ordenadores y había accedido a financiar *House of Cards*, la serie de la cual él es protagonista y productor ejecutivo. Spacey aseguró que el éxito de esta serie, cuyos trece episodios se estrenaron todos el mismo día, permitía a los programadores entender mejor el comportamiento de las audiencias.

«Desde hace años, sobre todo desde la aparición de internet, la gente no hace más que lamentarse por la disminución de nues-

tra capacidad de concentración... Pero si uno es capaz de verse una temporada completa en un solo día, ¿acaso no es eso prueba de una increíble capacidad de concentración?».

Según Spacey, a medida que se ha ido aficionando al «atracción televisivo», gracias a internet o a los cofres de DVD, el público exige cada vez más «historias complejas, inteligentes. Cuando la historia es lo bastante buena», asegura, «la gente puede ver cosas que duren tres veces más que una ópera». A lo que añadía: «La audiencia ha hablado: quiere historias. Se muere de ganas... Y va a hablar de ellas, se va a atiborrar de ellas, se las va a llevar consigo al autobús, a la peluquería; se las impondrá a sus amigos, vía Twitter, blogs, Facebook... y sabe Dios qué otros medios... Lo único que tenemos que hacer es dárselas».

Estos comentarios despectivos de Kevin Spacey fueron acogidos con aplausos entusiastas por parte de los profesionales de la industria. Acompañando esta noticia, en la *web* del evento podía verse además un vídeo (editado, por supuesto, en Monoforma) en el que un presentador de la BBC, tras informarnos de que, en la actualidad, los británicos ven 28 horas de televisión a la semana, acababa preguntándose en tono de burla: «¿No era que la capacidad de concentración estaba disminuyendo?», a continuación de lo cual podía verse a varios jóvenes contando entusiasmados el «atracción de series» que se habían dado: una chica había pasado todo el fin de semana viendo sin parar capítulos de *Urgencias*.

Por último, un directivo de la ITN (una cadena privada británica de televisión) afirmaba que el nivel de las televisiones está mejorando... ¡porque la gente pasa ahora más tiempo viendo la tele, en vez de leyendo novelas como hacía antes!

OTRO DE los aspectos de la crisis de los medios que ha pasado inadvertido (y en el que puede que yo no haya hecho suficiente

hincapié en mi página *web*) es el hecho de que los MMA siguen acelerando de manera constante la velocidad de la Monoforma. Cuanto más saturada está la gente de imágenes, debido al bombardeo permanente al que la someten los medios, más necesario se vuelve aplicarle electrochoques que la mantengan atenta a la pantalla (como el *jockey* que fustiga al purasangre exhausto en la recta final). De ahí las recomendaciones que uno oye en los MMA y en los centros de formación: «necesitamos tener más impacto aquí»; «nuestro objetivo es tener impacto en la audiencia»; «si acortas este plano, tendrás más impacto», etcétera.

Los MMA utilizan continuamente la velocidad y la fragmentación para crear una sucesión de momentos de gran impacto, así como un montaje brusco y una yuxtaposición chocante de imagen y sonido para generar un proceso intencionado de aislamiento, concebido para «atrapar» al público y mantenerlo en «modo espectador». Estas cuestiones, el uso de la velocidad y el impacto, son consustanciales al problema de la Monoforma en la sociedad contemporánea, y mi trabajo se centra en las implicaciones de este problema, y no en las excepciones al mismo, que no hacen, por lo demás, sino confirmarlo.

Una de las maneras de acercarse a la cuestión de la «comunicación» en los medios audiovisuales —cuestión que constituye, sin lugar a dudas, uno de los elementos esenciales del debate— puede ser contemplarla como un mensaje que uno quiere transmitir a una persona del público: puedo escribir el mensaje (contenido) en una hoja de papel, ponerlo en uno de esos recipientes metálicos de película (forma) y lanzarlo tan fuerte como pueda (proceso) hacia la persona en cuestión, con la intención de que la golpee. Ese es el método «por impacto» propio de la Monoforma. También puedo acercarme a la persona, sentarme a su lado, contarle tranquilamente mi mensaje, esperar una respuesta y entablar un diálogo. Este es el método humano de comunicación. Se

trata de procesos diferentes que tienen consecuencias muy distintas para las personas que se están «comunicando».

El método de «comunicación» del «recipiente metálico» es el que suelen practicar los MMA, y, salvo raras excepciones, el que suelen enseñar los centros de formación y las escuelas de cine de todo el mundo —por más que quieran presentar su pedagogía como «de vanguardia». Cosa que resulta aún más preocupante ahora que los sistemas educativos empiezan a implantar la enseñanza del cine y del vídeo en un número cada vez mayor de centros de enseñanza secundaria —tengan o no los alumnos intención de trabajar en los MMA.

Un artículo titulado «Les médias, tout un monde à décrypter» [«Los medios, un mundo por desentrañar»], publicado en un periódico del centro de Francia, y que he leído mientras redactaba este nuevo prefacio, presenta a una asociación de profesores (es de suponer que pertenecientes a la enseñanza pública) que está introduciendo un plan de estudios de comunicación audiovisual en institutos de la región. El objetivo declarado de estas asignaturas es «desarrollar entre los alumnos una actitud crítica y reflexiva ante la información». El artículo explica que este plan de estudios afecta nada menos que a 14.000 centros, 186.000 profesores y tres millones de alumnos. Habrá que organizar más de 5.000 reuniones entre los alumnos y los profesionales de los medios.

Estas asignaturas pretenden introducir a los estudiantes en la «diversidad» de las formas de información: prensa, radio, televisión e internet. Les ayudarán igualmente a «decodificar» las distintas variantes de la información y a hacerse preguntas sobre cómo se presenta dicha información y se traduce la «realidad».

Llama la atención que, según cuenta el artículo, un objetivo complementario de estos estudios sea «tejer relaciones constructivas con los profesionales de los medios» y formar usuarios exigentes que demanden información «de calidad».

Por supuesto, cabe la posibilidad de que este plan de estudios sea —o acabe siendo— verdaderamente crítico con los medios dominantes. Lo espero de todo corazón. Sin embargo, a lo largo de los años me he interesado por unos cuantos programas de formación audiovisual en distintos países, planes supuestamente progresistas que prometían enseñar a los jóvenes a desentrañar la manera en que se hace cine, cuando en realidad su principal objetivo era enseñar a los estudiantes a apreciar el «placer estético» del «cine de calidad» —que utiliza, por lo general, la Monoforma. Resulta llamativo que estos programas de enseñanza organicen sistemáticamente encuentros con profesionales y especialistas de los MMA, y no con realizadores que trabajan con formas verdaderamente críticas y alternativas.

HACE ALGUNOS años, un grupo de jóvenes franceses que estudiaban en distintos centros de formación audiovisual y que tenían intención de trabajar de manera profesional en los MMA se puso en contacto conmigo. Se quejaban de la enseñanza «encorsetada» que estaban recibiendo y me plantearon la posibilidad de debatir sobre formatos alternativos.

Después de hacer varios talleres muy fructíferos, envié a cada estudiante un cuestionario, con idea de publicar sus respuestas, cosa que espero hacer en alguna ocasión. Baste por ahora con señalar que lo que contaban confirma de sobra los problemas de los que me ocupo en este libro.

Algunos estudiantes explicaban la contradicción que supone que sus profesores analicen los MMA en términos críticos y luego les exijan ejercicios de vídeo realizados según los estándares de la Monoforma. También contaban que algunos profesores no creen que exista una Monoforma, sino más bien una pluralidad de filmes. Añadían igualmente que, aunque en clase se hablaba a

veces del efecto que los diferentes ritmos de montaje tienen en el espectador, no se hacía referencia alguna al impacto general que tienen la mayoría de las películas y programas de televisión estándar, o a la responsabilidad de los realizadores a este respecto. Uno de los estudiantes señalaba que, aunque algunos profesores reconocen la existencia de determinadas prácticas estandarizadas, nunca se analizaban sus consecuencias.

Un ejemplo típico de la naturaleza antidemocrática de los medios que promueven la Monoforma lo ofrece la siguiente práctica, tan habitual en las cadenas de televisión: a la hora de preparar los informativos, estructurar cada noticia en torno a elementos que han de suscitar una reacción predeterminada en el espectador. No se deja, ni en la forma ni en el proceso, ningún margen para la participación del público, una participación que a la larga podría condicionar la manera en que se percibe una noticia.

En este sentido, resulta interesante que uno de los estudiantes hiciera notar que la enseñanza está centrada en el guión y el *storyboard*: ¡hasta un documental rodado en Siberia ha de estar definido de antemano desde el punto de vista de la imagen y el sonido! La pedagogía excluye toda forma de improvisación por parte de los estudiantes, por no hablar de la posible aportación de quienes están siendo filmados, cosas ambas que podrían modificar el curso o la evolución del rodaje.

En respuesta a mi interés por la crisis de los medios, un profesor de comunicación audiovisual de una universidad francesa insistía en que las «prácticas habituales» de los MMA son «normales» y «necesarias», y que, por lo tanto, es correcto enseñárselas a los estudiantes. Cuando le pregunté si se refería también a la Monoforma, se retractó inmediatamente, asegurando que se estaba refiriendo únicamente a que había que enseñarles a utilizar el material, qué botones había que pulsar, etcétera. Luego se contradijo en cierto modo a sí mismo, cuando aseguró que, por supuesto, a los estudiantes de audiovisuales se les permitía hacer películas «alternati-

vas», si era eso lo que querían, pero que la universidad se centraba en las «prácticas habituales», porque los «estudiantes alternativos» nunca encontrarían trabajo en la industria audiovisual. Parece que a estos profesores universitarios jamás se les ocurre pensar que, al transmitir y fomentar una complicidad acrítica con los MMA, no solo están faltando al deber de «imparcialidad» al que están obligados como docentes, sino que están haciéndole el juego al sistema mediático centralizado, y debilitando la capacidad de los estudiantes para desarrollar su personalidad en el ejercicio de su profesión.

A finales de los años ochenta redacté un informe de trescientas páginas sobre el estado de la enseñanza del audiovisual en Suecia, país en el que residía en aquel momento. El *Informe sobre la enseñanza de comunicación audiovisual en Suecia: la urgencia de lenguajes cinematográficos interactivos* (1992) contó para su publicación con el apoyo de un alto responsable de un centro de formación audiovisual adscrito al Swedish Film Institute. Hicimos llegar nuestros cuestionarios a todas las delegaciones de educación regionales, que a su vez se encargaron de contactar con los centros de su zona. Las preguntas giraban en torno a la enseñanza de comunicación audiovisual, si esta era crítica, etcétera. Respondieron muchos profesores, la mayoría con un espíritu muy constructivo, pero sus respuestas resultaban bastante inquietantes: mostraban una enseñanza audiovisual acrítica y estandarizada a nivel nacional.

Por aquella época, un conocido formador y productor de televisión, responsable de varias series muy populares en Suecia, estaba recorriendo el país, impartiendo cursos sobre las técnicas clásicas utilizadas por la cultura mediática de masas para captar al público. La influencia de este hombre en el desarrollo de la televisión en Suecia era legendaria: decía haber formado a prácticamente todo el personal (directores, productores, guionistas, decoradores, cámaras, directivos) de la televisión pública sueca en los quince años anteriores. En la fase de preparación de mi informe,

yo le había hecho una entrevista sobre sus métodos de enseñanza y me contó que había analizado los clásicos del cine desde una mesa de montaje y que, tras examinar las cintas «plano a plano», se había dado cuenta de que «todas funcionaban de la misma manera, fuera cual fuera su procedencia: acción inicial, desarrollo, profundización de la crisis y paroxismo, y eso por muy diferentes que fueran sus temáticas».

Cuando le pregunté por su papel como formador, me contestó: «Si tienes que construir una mesa... puedes ir al bosque y tratar de armar una mesa. Pero yo, personalmente, no sé cómo se fabrica una mesa, así que me voy a ver a un carpintero, que ha construido miles... y así, cuando voy al bosque, ya sé cómo se hace una mesa y puedo hacerla más segura y de mejor calidad».

Unos meses más tarde, después de leer uno de mis cuestionarios, este productor telefoneó a nuestra casa de Estocolmo. El tono razonable de la entrevista había desaparecido: literalmente a gritos, me dijo que yo «ponía en peligro» todo el trabajo que él y sus colegas estaban haciendo, para terminar con un: «¿Cómo reaccionaría usted si un puto aficionado le enviara un cuestionario como este?».

El centro que me había encargado el informe lo discutió en una de las reuniones de su claustro de profesores antes de guardarlo definitivamente en un cajón. Antiguos profesores de este centro me han confirmado hace poco que nunca se le ha dado ningún uso. Unos años después de redactarlo, volví a escribir acerca de setenta institutos de secundaria de toda Suecia ofreciéndome a contar mi experiencia a los alumnos. Solo uno me contestó.

VOLVIENDO A la cuestión de una mayor participación del público en el proceso audiovisual, es posible desarrollar una relación más democrática entre el realizador y el espectador a través de la forma

narrativa, según cómo la conciba el «autor». Hace años que Scott MacDonald, profesor y director de cine norteamericano, viene documentando el trabajo de realizadores alternativos, cuyas películas se aventuran más allá de los formatos y procesos tradicionales, en una serie de minuciosas entrevistas. Por poner solo un ejemplo, MacDonald describe cómo la cineasta vietnamita Trinh T. Minh-ha utilizaba panorámicas espontáneas en *Naked Spaces. Living is Round* (1985) para contextualizar su relación personal con los pueblos africanos en los que rodaba. Esta «estrategia» modifica la perspectiva del espectador y se aleja, por lo tanto, de la relación jerárquica tradicional que las técnicas que muchos directores occidentales utilizan habitualmente tienden a favorecer.

A un nivel completamente diferente, una implicación aún más directa del público en la creación de una película (tomando decisiones sobre el guión, compartiendo decisiones de montaje relacionadas con la elección de la forma narrativa, etcétera) descentraliza considerablemente el poder decisorio y puede dar lugar a resultados inesperados: así, una comunidad de pescadores que participó en la creación de un documental del National Film Board de Canadá en los años sesenta terminó diseñando una embarcación de pesca mejor adaptada a las condiciones del mar en aquella zona. ¡Aquí no cabe despotismo alguno! El hecho de que los directores desarrollen, o el público se implique en, posibles procesos alternativos es cosa que queda enteramente a su elección. La lucha principal consiste entonces en crear, y legitimar, tales procesos.

¿No podría haber, junto a la del autor, una teoría del público? ¿Por qué no contemplar una combinación de ambas como otra cara de la cultura popular? ¿Acaso no es ese el debate que se está dando en el seno de la nueva generación de festivales de cine?

No obstante, no se trata de que haya que suprimir obligatoriamente la Monoforma. Esta resulta problemática por su omnipresencia, pero no es un lenguaje ilegítimo por sí mismo: es solo uno entre la multitud de formatos que se pueden emplear para

presentar las temáticas y las historias en el cine y la televisión. Lo preocupante es que se haya impuesto como la estructura retórica oficial de los MMA y haya excluido cualquier otro lenguaje. Es «la gramática del pueblo», por emplear la fórmula utilizada por un alto ejecutivo de la Canadian Broadcasting Corporation (la televisión pública canadiense). Solo que «el pueblo» jamás ha sido invitado a debatir esta cuestión.

Es igualmente necesario desarrollar procesos alternativos en la formación audiovisual, conseguir una enseñanza que no esté dirigida por unos profesionales de los medios comprometidos con determinados intereses, sino que tenga en cuenta todo el abanico de posibilidades democráticas del cine y la televisión. Los planes de estudio que no hacen un hueco a estas alternativas son una estafa. En una educación digna de ese nombre no caben el adoctrinamiento en los dogmas del mercado, el miedo al paro, los planes de estudios completamente convencionales disfrazados de «cualificación profesional» o el rechazo al diálogo crítico con, y entre, los estudiantes.

Las respuestas del grupo de estudiantes franceses de comunicación audiovisual fueron sumamente alentadoras, en el sentido de que ponían de manifiesto su necesidad de una mayor conciencia crítica y su deseo de una mayor libertad de expresión. Esperemos que los pequeños festivales de cine de todo el mundo fomenten también un proceso de diálogo crítico. Sin embargo, tal y como demuestran los Kevin Spacey y compañía, aún habrá que recorrer un largo camino antes de que logremos una genuina comunicación entre los MMA y el público.

Por ahora, solo podemos especular con cuán diferente podría ser nuestro mundo si los MMA hubieran demostrado más compasión, menos crueldad y menos espíritu competitivo; más consideración hacia nuestro planeta y sus habitantes y menos consumismo desaforado; más tolerancia hacia «el otro» y menos —mucho menos— violencia y agresividad.

Mientras escribo estas líneas, un movimiento global acaba de hacer un vibrante llamamiento en internet en favor de una acción planetaria para frenar la catástrofe medioambiental: «Estamos a punto de lanzar la mayor movilización de la historia contra el cambio climático, con marchas desde Nueva York hasta París pasando por Río». Sin embargo, no hay una sola alusión al papel que juegan los medios de masas en este desastre. Es más, se pide a la gente que haga donativos que permitan financiar «campañas mediáticas atrevidas y ambiciosas que hagan mucho ruido» y traer a «representantes de comunidades vulnerables que ofrezcan a los medios voces poderosas procedentes del frente de la devastación climática».

Por desgracia, estas «campañas mediáticas» (entrevistas breves, fragmentadas y montadas de manera brusca y aderezadas con publicidad) es lo último que nuestra civilización en crisis necesita.

No es mi intención con este libro presentar al espectador como una «víctima». Paradójicamente, puesto que todos participamos en el juego de los MMA, todos tenemos una parte de responsabilidad en lo que está pasando. El papel de los MMA consiste en hacernos creer lo contrario. A nosotros corresponde redefinir las reglas de dicho juego; o, mejor todavía, suprimirlas por completo.

No faltarán quienes defiendan la idea de que las cosas están cambiando gracias a la tecnología digital. Sin embargo, esta conlleva a su vez numerosos problemas, también en relación con la forma y el proceso, que tienen efectos directos e indirectos sobre la democracia. Por supuesto que las redes de internet y las nuevas generaciones de equipos digitales baratos ofrecen enormes posibilidades para la participación pública en los medios, y a una escala infinitamente más amplia que en el pasado. Sin embargo, este potencial no debe hacernos olvidar, si no queremos que la historia se repita en el terreno de las nuevas tecnologías, que hasta ahora nos hemos negado a debatir cuestiones de proceso y de forma en los MMA.

No hace mucho, durante un trayecto en un vagón abarrotado del metro de París, mi esposa, Vida, observó que había un montón de jóvenes cómodamente sentados, absortos en sus tabletas y sus teléfonos móviles, totalmente indiferentes a los ancianos y a las mujeres con niños pequeños que tuvieron que permanecer de pie en medio de la multitud.

Peter WATKINS
Felletin, Francia, 2014

INTRODUCCIÓN A LA CRISIS DE LOS MEDIOS

POR *CRISIS DE LOS medios* entiendo la irresponsabilidad cada vez mayor de los medios de masas audiovisuales —MMA— y su devastador impacto en los seres humanos, la sociedad y el medio ambiente.

Hablo de *la apatía generalizada* del público frente a unos MMA que actúan deliberadamente como medio de transmisión de ideologías violentas, manipuladoras y autoritarias; me refiero también al desconocimiento crónico y ampliamente extendido de los efectos que esos MMA *producen en cada uno de nosotros*.

Hablo de la negativa, poco menos que unánime, de los profesionales del gremio a iniciar el más mínimo debate crítico con respecto a su oficio. Hablo también de la represión feroz que se ejerce dentro de los MMA para mantener a los profesionales dentro del redil y reducir al silencio cualquier forma de expresión que resulte disonante.

Hablo, en fin, de la obstrucción que practican los sistemas educativos de todo el mundo para impedir el acceso de los jóvenes *a formas críticas de enseñanza de comunicación audiovisual* y a todo aquello que pudiera incitarlos a cuestionar el papel y las prácticas de los MMA.

Esta grave crisis planetaria, que afecta tanto a la sociedad civil como al medio ambiente, es analizada aquí a partir de seis ejes principales:

El papel de los MMA americanos y su desastroso impacto en el mundo político, social y cultural;

El papel, menos evidente, pero igualmente peligroso, de los MMA en el resto del mundo;

El papel de los profesores de comunicación audiovisual (esos que animan a los jóvenes a engrosar las filas de profesionales sumisos, o a convertirse en meros consumidores pasivos de los medios de masas);

El papel de los festivales y de los directores de cine;

El papel de los movimientos sociales;

El papel del público.

Sin embargo, antes de examinar las características propias de cada uno de estos ámbitos de responsabilidad, me gustaría hacer algunas observaciones preliminares sobre aspectos generales de la crisis de los medios. En primer lugar, sobre la función general de los MMA, sea cual sea su campo de actuación: ¿qué papel desempeñan exactamente en la sociedad contemporánea?

¿Se trata de que ofrezcan a la ciudadanía informaciones tan imparciales y objetivas como sea posible? ¿De que den a los espectadores la posibilidad de elegir entre una forma de entretenimiento u otra: popular o culta, simple o compleja, violenta o tranquila, monolineal o no, breve o larga, agresiva o introspectiva? ¿Se trata de que presten oído al público, o, incluso, de que le permitan participar? (Estas propuestas no son fórmulas ideales, ni mucho menos. Las presento simplemente a título de ejemplos, por desgracia aún virtuales, de lo que podrían ser una televisión y un cine comercial *pluralistas*).

¿O se trata exactamente de lo contrario? El papel de los MMA, ¿consiste en agredir y atrapar al público a través de una programación uniforme, en la que no hay posibilidad de elección, una programación basada en los formatos más superficiales, ramplones y comerciales? ¿Consiste en fomentar la violencia en la sociedad?

¿En apoyar las políticas del gobierno y servir a los intereses de los lobbies industriales y militares, al tiempo que mantienen en secreto sus métodos y decisiones?

En términos generales, la televisión actual se ha convertido en esto último. Pero en vez de reconocerlos como lo que son —un poder cada vez más manipulador, maligno y destructivo—, la mayoría del público, y no pocos intelectuales, consideran a los MMA (sean de la cultura o región del mundo que sean) como un servicio público tan indispensable como la red de abastecimiento de agua. E igualmente inocuo.

Esta increíble disparidad entre el verdadero papel de los MMA y la conciencia que el público tiene de ellos es uno de los fenómenos más alarmantes de nuestra sociedad moderna. El silencio ensordecedor y el desconocimiento que rodean la naturaleza y los efectos de la Monoforma, el Reloj Universal y las numerosas formas, explícitas y subyacentes, de violencia en la pantalla (por no hablar de su impacto global en lo que se refiere a cultura y ecología) son solo algunos de los aspectos más destacados de una larga e inquietante lista de cuestiones censuradas por los medios.

Las *directrices* que aplican los MMA para definir sus modos de funcionamiento y sus prácticas, que básicamente tienen como objetivo reforzar la sociedad de consumo (y, por lo tanto, la explotación económica generalizada en la cual se basa) y promover la carrera armamentística y el intervencionismo militar, siguen siendo totalmente desconocidas para la inmensa mayoría del público.

EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE MASAS AUDIOVISUALES AMERICANOS

HOLLYWOOD Y LA MONOFORMA

Los principales responsables de la crisis global de los medios son los directivos y colaboradores de los MMA americanos. No hace falta que hable aquí del grave peligro que George Bush y sus secuaces de la extrema derecha representan para el planeta. La manera en que la Administración norteamericana ha decidido responder a los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001 —optando por la venganza en vez de por la reconciliación— ha sumido al mundo entero en una grave crisis de consecuencias imprevisibles. Lo que nos importa señalar aquí es que los MMA americanos han hecho suyas, por su cuenta y riesgo, las tesis militaristas e intervencionistas del gobierno estadounidense, tirando así por la borda cualquier vestigio de ética profesional que aún pudiera quedarles, por no hablar de la pluralidad de puntos de vista y opiniones.

Por decirlo en pocas palabras, la relación de los MMA americanos con Washington es ahora mismo idéntica a la que tenía la maquinaria propagandística de Goebbels con la cancillería del Reich en Berlín y con el partido nazi. No son sino una herramienta de propaganda en favor del Estado. Así, vemos a periodistas «empotrados» de la CNN, la Fox, la ABC y otras cadenas que informan en directo desde Iraq, vestidos con el uniforme militar estadounidense como símbolo de su «objetividad»... Es decir, desempeñando

exactamente el mismo papel que los camarógrafos alemanes de la Wehrmacht durante la invasión de Polonia, que grababan para el noticiero imágenes de la *blitzkrieg*, que luego veía el público acrítico y manipulado del Tercer Reich.

Igualmente llamativo ha sido el fervor casi religioso con que los MMA norteamericanos han adoptado esta postura, traicionando así su propia ética profesional, basada, según ellos mismos proclaman, en la «objetividad periodística».

Cabe preguntarse por lo que está pasando ahora mismo en la enseñanza de comunicación audiovisual en Estados Unidos. ¿Está haciendo tuyas las tesis del patriotismo manipulador? ¿Está inventando un nuevo «código de ética y deontología profesional» adaptado a las nuevas prácticas?

Al mismo tiempo, hay que recordar que los precedentes son numerosos en lo que a los medios se refiere; muy numerosos, incluso. Aunque es verdad que los acontecimientos actuales representan un punto de inflexión debido a su magnitud (en el sentido de que la actual política hegemónica de Estados Unidos nos lleva por el camino de una desestabilización a escala mundial), no hay que olvidar que los medios de comunicación audiovisual han ido evolucionando en esta dirección de manera constante desde mediados de los años setenta. La guerra de las Malvinas y la primera guerra del Golfo ya nos habían permitido vislumbrar el potencial propagandístico que los medios podían llegar a desplegar. Sin embargo, decidimos ignorar —o más bien, se nos incitó a ignorar— estos avisos.

Más adelante describo en pormenor los diversos aspectos negativos de los MMA que fueron apareciendo a lo largo de los años setenta. Entre ellos se cuentan el desarrollo de la Monoforma, así como del Reloj Universal, el carácter cada vez más comercial de la programación documental e histórica, el desarrollo de un muy eficaz sistema de represión y la negativa creciente a implicar al público en un debate democrático sobre estas cuestiones.

Para quienes me lean por primera vez: la Monoforma es el dispositivo narrativo interno (montaje, estructura narrativa, etcétera) que utilizan la televisión y el cine comercial para presentar sus mensajes. Se trata del bombardeo de imágenes y sonidos, *altamente comprimido y editado a un ritmo acelerado*, que compone la estructura, en apariencia fluida pero sumamente fragmentada, que tan bien conocemos todos. Este dispositivo narrativo surgió ya en los primeros años de la historia del cine, con el trabajo de pioneros como D. W. Griffith* y otros, que desarrollaron las técnicas de montaje rápido, acción paralela, alternancia de planos largos y planos cortos, etcétera. En la actualidad, la Monoforma incluye igualmente pistas repletas de música, voz y efectos sonoros, cortes bruscos destinados a producir un efecto sorpresa, melodías melodramáticas que saturan cada escena, diálogos rítmicos y movimientos de cámara permanentes.

Este dispositivo tiene distintas variantes: la estructura narrativa monolineal clásica utilizada en películas de cine, telecomedias y series policíacas; la mezcla aparentemente deshilvanada y fluida de temas e imágenes típica de canales musicales como la MTV; la estructura entrecortada y fragmentaria de los telediarios del mundo entero y de muchos documentales (lo que un director calificó como «método “molde de tarta”»: un modelo que repite al infinito la pauta «entrevista breve—cambio de plano—voz en *off*»...).

Todas estas variantes comparten algunas características comunes: son repetitivas, previsibles y excluyen cualquier participación del espectador. Al contrario de lo que puede parecer, todas ellas se basan en una utilización muy rígida y controlada del tiempo.

* David Wark Griffith es uno de los padres fundadores del cine americano. Con cerca de 550 películas como director en su haber, tocó todos los géneros, enfatizó la importancia del montaje alterno y del primer plano, utilizó cámaras en movimiento y dio una especial importancia al encuadre.

po y del espacio, según unas normas desarrolladas por y para los medios, y no en respuesta a las infinitas posibilidades o deseos de los espectadores. Y es fundamental comprender que estas distintas versiones de la Monoforma se basan todas en la idea de que el espectador es un ser inmaduro y que hay que recurrir, por lo tanto, a formas de presentación que le resulten previsibles, para así «engancharlo» (esto es, manipularlo). Esa es la razón por la que tantos profesionales de los medios confían en la Monoforma: ingredientes como la rapidez, el montaje impactante y la falta de tiempo y espacio garantizan que el espectador no tenga posibilidad de reflexionar sobre lo que le está pasando.

En este punto, es *indispensable* entender que, en sí mismo, el proceso audiovisual (la manera en que la televisión y el cine son modelados y presentados) podría incorporar un sinfín de lenguajes *distintos*, incluyendo combinaciones muy complejas y variadas de imágenes y sonidos; y utilizar la duración, el espacio, el tiempo y el ritmo de maneras radicalmente distintas a como lo hace la Monoforma. Debido en parte a estas diferencias, muchos de estos lenguajes podrían permitir igualmente *nuevas formas de interacción con los espectadores*. Estos procesos alternativos podrían basarse en la duración, la complejidad, la disociación, la ambigüedad, etcétera, para liberar a los espectadores del control que ejerce la Monoforma y sus dispositivos narrativos *hollywoodienses*.

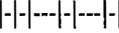
Durante una reciente proyección reservada a profesionales de la industria, un joven montador-realizador canadiense de documentales afirmó categóricamente: «¡La Monoforma es la televisión!». Si lo que quería decir es que es en lo que la televisión *se ha convertido*, entonces tenía razón. En cambio, se equivocaba totalmente si creía que tal es su condición natural. Al contrario, como acabo de señalar, la Monoforma es solo una de las muchas formas narrativas que puede adoptar el proceso de producción audiovisual.

El problema es que la Monoforma ha sido elegida de manera arbitraria en detrimento de todos los demás lenguajes audiovisua-

les, y ha sido impuesta unilateralmente para dominar en los instrumentos de comunicación más poderosos de la actualidad. En rigor, la Monoforma no tiene *nada* que ver con el enorme potencial creativo de la televisión o del cine documental. Los motivos de este sometimiento de los medios a la Monoforma son, en esencia, de tipo económico y político.

En la actualidad, es probable que el lenguaje de la Monoforma estructure más del 95% de la producción televisiva y del cine comercial, un lenguaje que además se ha introducido de manera significativa en la programación radiofónica.

La manera más sencilla de detectar esta forma narrativa particularmente manipuladora consiste en seguir varios días los informativos de la televisión y analizar la manera en que presentan las noticias. En el nivel más primario, y el más evidente, se puede tomar nota de las palabras que utilizan el presentador y los periodistas, el tiempo que se concede a cada tema, el orden en que esos temas aparecen, las personas que se muestran en pantalla, cuánto tiempo se les deja que hablen (si es que lo hacen), las imágenes seleccionadas para ilustrar cada historia, etcétera. Un análisis por menorizado a este nivel pondrá de manifiesto no solo los sesgos de la línea editorial, sino también las estructuras repetitivas de narración.

Esta parte visible del proceso narrativo queda, a continuación, encuadrada, cortada, compartimentada y delimitada por el nivel más profundo de la Monoforma, que comprende la manera en que se estructura el espacio y el tiempo en la fase de montaje. Los movimientos de cámara, el encuadre y el uso del sonido juegan también un papel esencial. La manera más sencilla de describir la Monoforma es compararla con un esquema del tipo  (los trazos verticales representan los cortes de montaje): anclada sobre la materia viviente, va recortando la historia, los protagonistas y las emociones como si de una máquina de cortar patatas se tratase.

Uno de los síntomas más preocupantes del recurso constante a la Monoforma por parte de los MMA es la *rapidez*, una velocidad excesiva y recurrente, que fragmenta y aturde y que se ha convertido en «norma» obligada, también en buena parte del cine documental. Este factor es seguramente el más importante a la hora de entender el refuerzo que, en las últimas décadas, ha experimentado la dominación de los responsables de los medios sobre el público.

Como demuestra la historia del montaje cinematográfico, la opción por el ritmo rápido no es, obviamente, algo que pueda desterrarse del lenguaje audiovisual. Las sorprendentes yuxtaposiciones a las que recurrían directores como Eisenstein o Pudovkin, por ejemplo, son solo una forma entre otras de utilizar imágenes fugaces de manera compleja. (La yuxtaposición de dos imágenes aparentemente discrepantes con el fin de crear una tercera imagen, en este caso mental, fue un descubrimiento técnico extraordinario, y supuso una ruptura con los procedimientos narrativos habituales de la época).

La rapidez, igual que un ritmo *lento* y *continuo*, puede utilizarse de manera creativa y compleja en el lenguaje audiovisual. El problema surge cuando se convierte en el único recurso, porque la rapidez suele ir de la mano de la *brevedad*. Y cuando se hace de ella el rasgo dominante de la forma narrativa, esta se convierte en un *antiproceto*, digan lo que digan los expertos de los medios.

Este uso continuo de la velocidad se convierte en un *antiproceto* en la medida en que la especie humana se caracteriza por tener una necesidad vital de *tiempo*, *duración* y *espacio*. Estos elementos son indispensables para nuestra capacidad de juzgar, de reflexionar, de hacernos preguntas y de pensar libremente, y los necesitamos para poder avanzar a lo largo de toda nuestra vida. Nos ayudan a tomar distancia, pero también a comunicar y a interactuar con los otros y con el mundo que nos rodea.

Desgraciadamente, los expertos llevan varias décadas insistiendo en que ya no necesitamos ni *tiempo* ni *espacio* para aprehender ideas complejas. Nos habríamos vuelto todos tan «duchos» en lenguaje audiovisual acelerado que resultaría perfectamente factible seguir aumentando la velocidad a la que ingerimos imágenes.

Sin embargo, la utilización permanente de la Monoforma —con su total ausencia de espacio para la reflexión, su tensión narrativa (difícilmente detectable gracias a su apariencia de fluidez), su progresión monolineal ininterrumpida (que coagula la memoria y niega la complejidad de la experiencia humana)— ha tenido graves efectos a largo plazo sobre nuestras emociones. Nos ha insensibilizado con respecto a muchas de las cosas que suceden tanto en la pantalla como a nuestro alrededor, especialmente en lo que concierne a la violencia y la suerte del prójimo.

Por su capacidad de fragmentación y de división, esta forma narrativa genera fuertes impulsos antidemocráticos en el seno de la sociedad civil. La ausencia, tan acusada en nuestras sociedades occidentales, de toda voluntad de acción colectiva, y el predominio de su contrario (las conductas cada vez más egoístas y narcisistas, así como la privatización del espacio público), no son sino sendas manifestaciones de los efectos subterráneos que a largo plazo tiene la Monoforma. La estrecha relación existente entre estas características y el poder de los MMA para impulsar el consumo de masas se vuelve cada día más evidente.

En este punto me gustaría hacer referencia a un filme iraní, *Un tiempo para los caballos borrachos*, que muestra que la Monoforma —actualmente secuestrada por los MMA para explotar sus efectos y características menos recomendables— es solo uno de los lenguajes cinematográficos existentes, y que, como cualquiera de ellos, puede dar lugar, a poco que se utilice con creatividad, a obras de calidad. Dirigida por Brahman Ghobadi y premiada con la Cámara de Oro del Festival de Cannes, la película es un desgarrador retrato del sufrimiento de los niños en un mundo cruel e

injusto. Podría decirse que se trata de una «ficción documental». La historia se desarrolla en pleno invierno en las inhóspitas montañas del Kurdistán iraní, muy cerca de la frontera con Iraq. Ayub, el mayor de una familia de huérfanos, se ve obligado a participar en un negocio de contrabando para tratar de salvar a uno de sus hermanos, aquejado de una grave enfermedad.

La cinta trae a la memoria la sinceridad y el realismo de aquella escuela de cine documental que parecía haber desaparecido con los trabajos de Visconti, De Sica, Rossellini y otros cineastas italianos de la posguerra. Con una estructura narrativa muy cercana al estándar de la Monoforma, su ritmo demuestra que es posible, a pesar de todo, utilizar de manera positiva una estructura tan perversa como pervertida.

La película explota la Monoforma de manera creativa: lo que la hace tan excepcional es lo que ocurre *dentro de cada escena*. La fuerza y la verdad de la «interpretación» de los jóvenes actores, la manera en que ciertas expresiones de perplejidad se quedan grabadas en sus rostros; la determinación con que los niños actúan por el bien de los demás, haciendo frente a la más implacable adversidad... todo contribuye a trascender el uso habitual de la Monoforma.

Por supuesto, la calidad de la película debe mucho a que no hay un punto de vista narrativo dominante, ni efectos especiales, ni banda sonora avasalladora, ni montaje impactante. Pero es, sobre todo, el respeto profundo y patente del realizador hacia sus personajes, así como la voluntad de ofrecer al espectador un amplio abanico de posibles interpretaciones, lo que hace de esta película una excepción, un ejemplo del potencial de la Monoforma para este tipo de ficciones documentales. Y precisamente por su carácter excepcional, *Un tiempo para los caballos borrachos* pone en evidencia la crisis en la que están inmersos los medios.

En el clima audiovisual actual, ¿podría una película como esta haber sido producida para la televisión? Lo más probable es que no, aunque solo sea por su duración (1 hora y 20 minutos).

La cuestión de la duración nos permite abordar un segundo aspecto de la utilización antidemocrática de la forma y del espacio en televisión, un aspecto que ha dado título al documental de Geoff Bowie y Petra Valier *El reloj universal*, que trata del proceso de filmación de *La Commune (Paris, 1871)*. El título de este documental hace referencia directa a la práctica actual consistente en hacer que todos los formatos televisivos tengan duraciones estandarizadas (47 o 52 minutos para los «metrajes» largos, 26 para los cortos), para poder cumplir así con una cantidad fija de publicidad contratada en cada franja horaria.

Así, después de pasar por el molde de la Monoforma, las unidades de «información» audiovisual sufren un nuevo proceso de estandarización y son empaquetadas en bloques temporales uniformes. Esta práctica permite excluir cuidadosamente cualquier pregunta sobre el contenido de lo que se está mostrando, pero también suprime la posibilidad de pensar que otros temas o estilos de filmación podrían requerir otros criterios temporales: se echa todo en la misma trituradora temporal, de la que salen regurgitados bloques «monoformes» de igual duración.

Lo que se está cuestionando aquí —un hecho propio de novela *orwelliana*, y señal además de crasa arrogancia— no es solo que los ejecutivos de los medios puedan alterar de manera arbitraria nuestra noción del tiempo (en televisión, una hora equivale a 52 minutos), sino que se hayan arrogado el derecho de aplicar esta nueva «norma temporal» en todo el planeta. Eso sin contar con que los anunciantes presionan continuamente a los directivos de las televisiones para que sigan ampliando el tiempo reservado a la publicidad, en detrimento del tiempo disponible para lo que, de manera eufemística, se conoce como «contenidos». Hay en marcha un proyecto para desarrollar una tecnología avanzada que permitiría suprimir —sin que los espectadores (y, seguramente, tampoco los realizadores) lo sepan— varios fotogramas por se-

gundo en cada película que se programe, que se vería así acelerada de manera imperceptible, lo que dejaría aún más tiempo para publicidad por cada «hora» de televisión.

Tal y como explica tranquilamente un ejecutivo de televisión en *El reloj universal*, la estandarización temporal de los programas, películas y documentales tiene para las cadenas de televisión la ventaja añadida de que les permite hacer frente a los «huecos» imprevistos que pueda haber en su programación: nada más fácil que encontrar un recambio cuando todos los programas, sea cual sea su temática, tienen la misma duración. Basta con ir al archivo y coger algo al azar: el programador puede estar seguro de que encontrará el programa que encaje perfectamente en el «hueco». El contenido es cuestión poco menos que irrelevante, puesto que todo lo que se emite en televisión no solo está formateado, sino políticamente esterilizado (o, mejor dicho: modelado según los criterios ideológicos de la globalización liberal).

La Monoforma y el Reloj Universal no son las únicas formas y prácticas mediáticas preocupantes. Está también la *estructura narrativa*, esto es, la forma que determina la disposición de las escenas y las secuencias dentro de una historia, así como lo que sucede en ellas, antes de que esta sea modelada conforme al ritmo espacial y temporal de la Monoforma. Aquí nos vamos a ocupar de la estructura narrativa *hollywoodiense* clásica, caracterizada por su desarrollo monolineal dotado de una presentación, un nudo y un (supuesto) desenlace, además de los momentos álgidos y los de respiro, destinados a «mantener el suspense y captar nuestra atención».

Se trata de otro aspecto de la crisis de los medios: la avasalladora obsesión que demuestran la gran mayoría de los profesionales de los MMA, incluidos los periodistas de televisión, no solo por los ritmos acelerados («cuanto más rápido mejor»), sino también por el respeto a la estructura narrativa tradicional («contar buenas historias» con «final feliz»). Muchos de estos profesionales, entre

los cuales están los que deciden la financiación de los documentales producidos para la televisión, son adeptos incondicionales de las «tramas sólidas» y los «personajes creíbles». Si por un casual se toparan ustedes con un directivo de televisión que negara este análisis, hagan la prueba ustedes mismos. Allá donde se encuentren, dedíquense a ver la televisión durante una semana y pasen la semana siguiente viendo películas en el multicines más cercano. Con toda frialdad, desentiéndanse del argumento, de los personajes, etcétera, y fíjense únicamente en la forma y la estructura narrativa. Las pruebas están ahí.

Desde hace ya mucho tiempo, los directivos de Hollywood niegan que sus películas tengan nada que ver con consideraciones políticas o sociales: «Lo único que nos interesa es contar buenas historias, llenas de sentimiento y de pasión, con personajes creíbles con los que la gente pueda identificarse». Esta negativa a asumir cualquier responsabilidad por los efectos sociales y políticos que toda película tiene en el espectador es desde hace mucho tiempo una de sus motivaciones principales; un rechazo que les incita a eludir cualquier análisis del impacto cada vez más devastador de Hollywood sobre la sociedad global. El problema no está tanto en las historias en sí mismas como en el *modelo narrativo único* que Hollywood y los MMA han impuesto.

Igualmente problemático es el hecho de que la práctica totalidad de las «historias» que produce la industria sean profundamente manipuladoras y estén al servicio de objetivos sociales y políticos no explicitados que promueven modelos y valores sumamente discutibles. Estas historias, así como las estructuras narrativas que les sirven de armazón, juegan un papel decisivo en la difusión de ideas y estereotipos imperialistas de la peor especie, en el mantenimiento de unos niveles inimaginables de violencia, sexismo y racismo a nivel mundial y en el fomento de los comportamientos militaristas y las políticas consumistas que están arruinando nuestro planeta. *El hecho de que estas tendencias estén ocultas*

tras los fenómenos aparentemente «inofensivos» del «entretenimiento» y del «arte de contar historias» no hace más que agravar el peligro.

Suelo comparar la estructura narrativa *hollywoodiense* con una montaña rusa: un viaje cuidadosamente diseñado en el que las emociones del espectador están perfectamente previstas. Los raíles de esta montaña rusa son la estructura narrativa, que sube y baja alternando los clímax y los momentos de respiro. La Monoforma actúa aquí como sistema de regulación para el pasajero, controlando en todo momento la velocidad a la que se suceden las emociones y el espacio que se deja a la reflexión.

Vemos, pues, que esa idea de que los filmes (también los documentales) que siguen este esquema no son más que entretenimiento neutral, apolítico e inofensivo es un auténtico mito. Un mito tan hábilmente promovido como ese otro de la «objetividad» que esgrimen los jefes de redacción de los informativos televisivos.

Hasta ahora, la ausencia de debate público en torno a todas estas cuestiones, relativas al papel de los medios de masas, ha impedido sin más que estos mitos se pongan verdaderamente en cuestión. Sin embargo, ahora que entramos en un nuevo periodo particularmente explosivo y peligroso de la historia, tenemos la obligación de analizar rigurosamente lo que está pasando.

No olvidemos cuál ha sido la postura de determinadas producciones de la industria con respecto al miedo y la agresividad latente generados tras los ataques contra el World Trade Center de Nueva York del 11 de septiembre de 2001. El estreno sucesivo de diversas películas de «acción» (*Black Hawk derribado*, *Tras las líneas enemigas*, *Daño colateral*, etcétera) ha dejado clara la actitud intervencionista de Hollywood con respecto a la situación política mundial. Los cruentos filmes de guerra que ensalzan los valores del machismo, del patriotismo, de la amistad viril y del culto al héroe seguramente no son los mejores remedios para el profundo malestar que afecta a nuestras sociedades. (Las pocas películas bélicas norteamericanas que escapan a esta categoría —como por

emplo *La delgada línea roja*— no bastan para contrarrestar la tendencia dominante).

Aún más preocupante que esta forma de violencia (sobre la que volveré más adelante) es la insidiosa cuestión de la jerarquía y la centralización. La incómoda verdad es que el cuento tradicional —la estructura narrativa aristotélica monolineal («érase una vez...», «y fueron felices y comieron perdices»)— ha tenido siempre una dimensión autoritaria, en la medida en que lo único que se espera del público es que este se someta pasivamente a una catarsis inducida. Esta forma narrativa puede parecer relativamente inocua cuando se utiliza para dormir a los niños en la cama, pero adquiere una dimensión totalmente distinta cuando los *MMA* la difunden en gigantes pantallas de cine o en la parrilla televisiva nocturna. En tales condiciones, este *proceso autoritario* no solo se administra como una alimentación forzosa de la conciencia colectiva, sino que además se pone al servicio de otras finalidades menos confesables, utilizándose para fomentar la envidia, la ansiedad, el miedo, el consumismo, una visión mezquina de las relaciones interpersonales o el *respeto a la jerarquía*.

Estas prácticas uniformadoras propias de los *MMA* tienen una incidencia directa en la realización de documentales, puesto que un número cada vez mayor de cineastas recurren a los trucos y estrategias narrativas provenientes de Hollywood, cosa que resulta sumamente preocupante. Como ya he señalado, actualmente los responsables de programación y los ejecutivos de las cadenas de televisión insisten en que haya «buenas tramas» y «personajes creíbles» en las películas que financian. (La proliferación de *reality shows* que rivalizan en obscenidad es una de las consecuencias directas de este fenómeno).

En la edición de 2002 del festival de documentales para televisión de Banff, un alto responsable de la *CTV*, una cadena de televisión canadiense, declaró: «Estamos emitiendo [documenta-

les] en horarios de máxima audiencia, y hay más demanda que nunca... A la gente le encantan los documentales que les cuentan buenas historias. Es un género que vuelve a estar de moda». Hay que combatir la hipocresía que subyace a declaraciones como esta. En primer lugar, porque la mayor parte de lo que se emite ahora en horario de máxima audiencia tiene poco que ver con el cine documental. Y segundo, porque si bien es cierto que hay una verdadera «demanda» de unos medios de comunicación distintos, está claro que no es a eso a lo que este alto responsable se refería. La demanda de la que él habla lo es de las superficiales sandeces que suelen venderse como «documentales». Ni él ni sus colegas de profesión tienen la menor idea de lo que el público quiere, y tampoco están interesados en averiguarlo.

La afirmación, repetida una y otra vez por los *MMA*, de que los únicos documentales válidos son los que se sirven de la estructura narrativa clásica está basada en un mito —alimentado a su vez, a lo largo de las últimas décadas, por esos mismos profesionales de los medios—: el mito de que el público es estúpido y se contenta con productos simplistas. La idea que esgrimía aquel ejecutivo de la *CTV* de que se trata de «un género que vuelve a estar de moda» difícilmente se sostiene, puesto que el género al que se estaba refiriendo solo existe desde que él y sus colegas de profesión lo han impuesto por la fuerza y recurriendo a la censura. Los productores de la industria cinematográfica y los ejecutivos de los medios que financian los documentales utilizan la estructura narrativa para conseguir el mismo objetivo: distraer al espectador y manejarlo a su antojo, asegurándose de que la distracción es lo suficientemente contundente para impedir que el público se plante ninguna pregunta sobre las formas y los métodos utilizados.

Esta exigencia permanente de «personajes creíbles» por parte de quienes controlan los medios refleja la necesidad imperativa de conseguir un impacto instantáneo, así como la aversión a todo lo que pueda recordar a una motivación humana compleja. No deja

de ser una contradicción flagrante que Hollywood y los productores televisivos consideren «creíbles» unos personajes contruidos de manera caricaturesca y superficial. El participante en un *reality* que grita de alegría y levanta los brazos al cielo porque ha ganado 10.000 euros «superando» su fobia a las tarántulas es susceptible de entrar en la categoría de personajes «creíbles»; un candidato que expusiera la ambigüedad de sus motivos para participar en un programa así jamás pasaría de la fase de preselección. (Personajes «creíbles» deseosos de criticar la militarización del planeta o las prácticas audiovisuales actuales, por favor absténganse).

Si tuviera que señalar uno de los motivos centrales que impulsa mis palabras, sería mi convicción de que las cosas no tienen por qué ser necesariamente así. Los formatos audiovisuales ofrecen un amplio abanico de posibilidades, como demuestran un buen número de películas realizadas en el pasado, pero también algunos filmes recientes. La historia del cine está repleta de ejemplos sorprendentes de utilización compleja y alternativa del lenguaje cinematográfico.

En este punto, el lector puede estar tentado de preguntar: «Pero entonces, ¿dónde está su *crisis*, señor Watkins?» Lo primero que cabe responder, aunque por sí sola sea una respuesta insuficiente, es que, comparado con la cantidad de películas convencionales (ya sean documentales o de ficción) que aparecen cada día, el número de filmes verdaderamente alternativos es ínfimo, a lo que hay que añadir que muy pocos de ellos llegan jamás al gran público. Si esta misma uniformidad tuviera lugar en otros campos de la cultura, la totalidad del mundo literario, por ejemplo, quedaría reducida a «historias» contruidas siguiendo el esquema obligatorio de una narración simplista, breve y reiterativa. En el dominio de las artes plásticas, cabe imaginar que el resultado no quedaría muy lejos de los cuadernos de colorear para niños.

Es urgente calibrar la extensión y las consecuencias a largo plazo de la actual crisis de los medios. Tal vez sea nuestra única oportunidad para revertir una tendencia que nos arrastra hacia un desastre global. Ahogados como estamos bajo una avalancha permanente de historias insignificantes, fragmentarias, clónicas, que participan todas del proceso mediático, nuestra propia historia está desapareciendo. Y una vez perdido nuestro *sentido de la historia*, una vez que dejamos de ser conscientes de la compleja y fundamental relación que guarda con nosotros y con la sociedad, dejamos de ser dueños de nosotros mismos. Como señaló el historiador norteamericano Arthur Schlesinger Jr.: «La historia es a la nación lo que la memoria es al individuo. Privados de su memoria, los individuos están desorientados, perdidos; ya no saben de dónde vienen o hacia dónde van. Del mismo modo, una nación privada de toda conciencia de su pasado será incapaz de afrontar su futuro».

Los estragos causados por décadas de telenovelas y otros programas característicos de la «cultura de masas»* (como por ejemplo *The Jacqueline Onassis Story*) son tan letales como la papilla cotidiana y omnipresente de los telediarios, con su permanente goteo de informaciones mutiladas, sesgadas y prefabricadas; una forma de presentar nuestra propia historia que debilita la capaci-

* Traducimos así la expresión inglesa «popular culture», cuyo sentido es notablemente diferente, cuando no directamente contrario, al que denota la expresión castellana «cultura popular». La fórmula inglesa «popular culture» (que se define en primer lugar por oposición a «alta cultura» o «cultura académica») ha acabado por designar el conjunto de productos literarios, cinematográficos, televisivos, musicales, publicitarios, etcétera fabricados y distribuidos en su mayoría por la industria cultural conforme a las leyes de la mercancía y consumidos de manera masiva por la población. (N. del t.).

dad de relacionarnos con el mundo y nuestra conciencia del lugar que ocupamos en él.

Los telediarios actuales reducen la historia contemporánea a una sucesión de extractos de entrevistas a políticos y vídeos breves de accidentes, conflictos armados y cotilleos de la prensa del corazón. Este surtido heterogéneo de miles de pequeños fragmentos de «actualidad» unidos entre sí con pegamento publicitario acaba siendo una suerte de rompecabezas delirante. Y así, guiados por sus homólogos americanos, más veteranos, los MMA del mundo entero ofician, e incluso institucionalizan, la negación de la historia y el consiguiente caos social y político.

Si no reconocemos la importancia de la historia (de la que nosotros somos parte integrante); si no tenemos la posibilidad de aprender de nuestros errores, así como de los logros y la sabiduría de los hombres y mujeres que vivieron antes que nosotros, perdemos una parte esencial de nuestra humanidad. Acabamos convertidos en meros números de la «realidad» mediática: seres constituidos conforme a los valores y exigencias del universo audiovisual, que a su vez es modelado según los imperativos del capitalismo mundial y la economía de mercado (lo que los anglosajones llaman *free market*).

Desde este punto de vista, la imposición de la Monoforma y del Reloj Universal, que estructuran la práctica totalidad de los programas televisivos, tiene consecuencias desastrosas para el sector creativo de los MMA. El hecho de que estos formatos se impongan ahora por medio de la fuerza y la censura obviamente no mejora las cosas. Pero lo verdaderamente trágico, lo que motiva lo fundamental de mi crítica, reside en la influencia que estos formatos ejercen *en el público*. Desde los años setenta, se ha vuelto cada vez más habitual considerar al público como un mero conjunto de espectadores a los que se puede zarandear y llevar de un experimento comercial (o pseudo-informativo) a otro. A pesar del espeso camuflaje sintáctico de lo «políticamente correcto», la

realidad de la televisión actual es cualquier cosa menos «progresista». La visión de esos jóvenes productores y presentadores que dirigen programas tan reaccionarios como manipuladores resulta sorprendente y desoladora, sobre todo cuando muchos de esos programas están dirigidos específicamente al público juvenil.

De hecho, es el carácter *total* de la relación de dominación que ejercen los MMA sobre el público lo que resulta verdaderamente inquietante, pues se suprime cualquier posibilidad de diálogo, de intercambio de ideas y de deseos, y hasta la idea misma de que el público pueda desempeñar un papel en la *creación* de lo que aún se permiten denominar «comunicación de masas». (Véanse Apéndices 1 y 2).

Como he señalado, esta evolución, que hacía presagiar que lo peor estaba aún por llegar, era claramente perceptible ya desde finales de los años setenta. Sin embargo, la cobardía de los profesionales de los medios, por una parte, y de los docentes, por otra, bloqueó cualquier debate crítico sobre estas cuestiones. La aplicación de un sistema represivo cada vez más eficaz en ambos gremios ha condenado al ostracismo a las escasas voces y prácticas audiovisuales «disidentes». No se puede entender ni la actual posición de dominio global de los MMA ni la alarmante ausencia de todo debate público o cuestionamiento de este proceso si no se calibra la magnitud del poder que dichos medios detentan.

Para poner de manifiesto el papel que desempeñan actualmente los MMA americanos, quisiera examinar ahora la cobertura informativa que recibieron los sucesos del 11 de septiembre de 2001 en Estados Unidos.

Antes que nada, quiero dejar claro que no es mi intención faltar el respeto a las familias y allegados de las víctimas de los atentados, sino mostrar la manera en que los dirigentes políticos y los MMA explotaron y pervirtieron su sufrimiento privado —y el sufrimiento, más general y abstracto, de la opinión pública—

para crear un clima peligrosamente cargado de emoción colectiva susceptible de ser utilizado para favorecer los planes norteamericanos de intervención militar en Iraq en marzo de 2003.

Por supuesto, esta psicosis bélica no es patrimonio exclusivo de los estadounidenses. Hemos sido testigos de ella en multitud de ocasiones a lo largo del siglo xx: en la Italia fascista y en la Alemania nazi antes de la Segunda Guerra Mundial, en Gran Bretaña durante la guerra de las Malvinas... Lo que todos estos episodios trágicos tienen en común es el papel primordial que han jugado en ellos los medios de masas.

Es verdad que el ser humano ha hecho la guerra desde siempre, mucho antes de que hubiera medios de comunicación de masas; pero lo que caracteriza a los MMA es su capacidad para suscitar y empeorar situaciones que de otro modo podrían haber ido por derroteros más pacíficos. El hecho de que los dirigentes políticos recurran a los medios para que les ayuden a crear una psicosis de guerra no es en absoluto razón suficiente para que los MMA acepten jugar ese papel.

Desde el 11 de septiembre, CNN, ABC, NBC, Fox Network y centenares de televisiones locales afiliadas se cuentan entre los principales manipuladores de masas de la televisión norteamericana. Sus herramientas son:

LA INSTRUMENTALIZACIÓN DE LOS SENTIMIENTOS, a fin de crear las condiciones para una psicosis favorable a una declaración de guerra: *victimización*, *nacionalismo* extremo y obtuso, culto al *héroe*, miedo al *otro*, deseo de *venganza*.

Así, desde el 11 de septiembre, la televisión norteamericana ha dado prueba de la bajeza más extrema con tal de lograr sus objetivos: ha renunciado a cualquier apariencia de «objetividad» y ha aplicado el repertorio completo de trucos baratos *hollywoodienses* para explotar descaradamente las emociones colectivas. Algunos

rasgos de esta puesta en escena y de su ideología parecen directamente sacados de *El triunfo de la voluntad*, la cinta de propaganda nazi dirigida en 1934 por Leni Riefenstahl.

Un año después del ataque, por ejemplo, el espectáculo que ofrecía la CNN durante la conmemoración en el World Trade Center de Nueva York era de lo más edificante: panorámicas interminables de banderas americanas ondeando al viento; una sucesión de fundidos y de *zooms* que se abrían o se cerraban sobre los rostros bañados en lágrimas de los enlutados familiares de las víctimas; conexiones en directo con los oficios religiosos en la catedral de San Pablo de Londres y en la base de Bagram en Afganistán; repetición continua de la secuencia del ataque contra las Torres Gemelas, acompañada de un fondo musical narrativo; planos de familiares de las víctimas leyendo la lista de fallecidos, cuyos nombres iban pasando por la parte inferior de la pantalla, en la banda reservada normalmente a las noticias de última hora y a los índices bursátiles; sonido permanente de gaiteros; alusiones cada medio minuto a los «héroes» muertos; comentarios serviles de los presentadores de la CNN, alabando al presidente Bush (del tipo: «A lo largo de este año ha dado prueba de una gran determinación...»), etcétera.

Las escenas emitidas desde un Pentágono reconstruido fueron igualmente escalofriantes: el presidente Bush y el secretario de Defensa, Donald Rumsfeld, con la mirada fija en una descomunal bandera desplegada a lo largo de la fachada, y un general americano bendiciendo el Pentágono con estas palabras: «Nosotros somos los defensores de la moral».

LA PERSONALIZACIÓN DE LA HISTORIA. La explotación del sufrimiento por parte de los medios norteamericanos se puso particularmente de manifiesto en el hecho de que toda persona ligada a los acontecimientos del 11 de septiembre se transformaba automáticamente en un héroe. Cada víctima era un héroe, y también lo eran sus familiares. Héroes convertidos (al menos, aquellos que

no yacían en un ataúd) en iconos mediáticos asediados por las cámaras: los MMA norteamericanos transformaron aquellos acontecimientos en un interminable y cruel folletín sentimentaloides en el que se incitaba incansablemente a las familias de las víctimas a relatar su dolor por la pérdida de un hijo, una hija, un hermano, una madre... todo ello acompañado de un continuo encadenado de planos en los que los rostros bañados en lágrimas de los familiares alternaban con los retratos de los fallecidos.

En un programa de Oprah Winfrey, la secuencia de duelo corrió a cargo de un pequeño grupo de viudas del 11 de septiembre, a las que se pidió que miraran un monitor en el que se veía un montaje con fotos de sus maridos fallecidos. La realización del programa encadenaba sin cesar planos de dicho montaje fotográfico y planos de las desconsoladas viudas. Tras varios minutos de exhibición de tan traumático material, me di cuenta de que los rostros habían cambiado. Me costó algunos segundos entender que lo que ahora estaba viendo era un anuncio de *Praxil*, una marca de antidepresivos. La transición había sido tan sutil que era imposible saber a ciencia cierta si las personas que aparecían en la pantalla estaban hablando de sus «problemas psíquicos» o de su miedo a un nuevo ataque terrorista.

Dentro de este abrumador proceso de manipulación de sentimientos, llamaba especialmente la atención el papel de presentadores y entrevistadores: «¿Cómo se siente?»; «¿De dónde sacas las fuerzas?»; «¿Lo (o la) echas de menos?»... Rezumando compasión en todo momento, no paraban de fisgar, de preguntar, de entrometerse, de insinuar. Estaba claro que aquel espectáculo hipócrita, aquella exhibición de las desventuradas familias llorando a sus seres queridos y hasta contando anécdotas (como la del perro que seguía esperando el regreso de su amo a los pies del lecho conyugal), iba a proseguir mientras los medios pudieran sacar provecho. Pues aquellas imágenes, arrojadas a la conciencia colectiva, eran exactamente lo que la televisión y los representantes del gobierno necesitaban. No

solo se ajustaban a los cánones de la narración *hollywoodiense*, sino que encajaban a la perfección en la mentalidad paranoica de víctima en la que se estaba hundiendo cada vez más el país entero (y que resultaba fundamental para reforzar la opción militar).

De entre la legión de programas clónicos que siguen el modelo del *Oprah Winfrey Show* (en los que se invita al público estadounidense a exhibirse y a gritar escandalizado cuando una adolescente osa decirle a su padre: «¡que te den por culo!»), hay uno llamado *The Maury Show*. Pues bien, unos días antes del primer aniversario del 11 de septiembre, su presentador anunciaba: «Qué mejor manera de homenajear a las víctimas que mostrar sus nombres. Presten atención, ¡estos son nuestros héroes!», a continuación de lo cual se podía ver cómo por la pantalla pasaban a toda velocidad los nombres de las tres mil víctimas mortales, mientras se oía a un cantante de baladas cantar el siguiente estribillo: «Siempre habrá un sitio para ti en mi corazón».

Pero lo que faltaba allí era, justamente, corazón. Y los nombres desfilaban demasiado deprisa como para poder leerlos, de manera que uno tenía la desagradable sensación de que en realidad no importaban; que lo único importante era hacer hueco para el siguiente bloque de anuncios (para la lectura de cuyos rótulos sí que había tiempo más que suficiente). La semejanza de esta lista de «héroes» con los créditos de una serie policiaca o de una novela no ayudaba a mitigar la sensación de impostura que dejaba aquel programa.

Una de las preguntas favoritas de los presentadores americanos a las desconsoladas familias era: «¿Han decidido pasar página?» Por su parte, estaba claro que ni los medios ni la administración Bush tenían la más mínima intención de hacerlo. Sabían que habían dado con un magnífico filón: una psicosis colectiva controlable, que, manejada con la suficiente habilidad, podía servir tanto para batir récords de audiencia en la televisión y el cine comercial como para ayudar a la Administración en su política de

agresión militar. Aquella nauseabunda campaña no era sino el preludio —el tráiler, si se quiere— del gran acontecimiento que estaba por llegar.

Y así siguió la cosa, un mes tras otro: un cínico ejercicio de explotación y manipulación de los ciudadanos, que contó, por desgracia, con la complicidad completamente voluntaria de muchos de ellos. Por supuesto, en toda esta teatralización mediática del dolor no había mención alguna al perdón o a la compasión para con los pueblos oprimidos o los países menos afortunados; mucho menos aún, espacio para intentar entender las posibles razones históricas y geopolíticas que habían podido motivar semejante ataque contra Estados Unidos.

LA VENGANZA. Paralelamente a las descripciones de la psicosis de la que estaban siendo testigos en su país, algunos valerosos periodistas estadounidenses (entre ellos, Lewis H. Lapham, de la revista *Harper's*) llamaron nuestra atención sobre otros aspectos importantes relacionados con la crisis posterior al 11 de septiembre. En particular, sobre el hecho de que Estados Unidos habría podido aprovechar el ataque contra el World Trade Center para iniciar una toma de conciencia moral y política colectiva; que habría podido transformar aquel ataque en una reflexión profunda sobre la influencia que su país tiene en el mundo, los efectos de sus políticas de intervención militar y sus niveles escandalosamente elevados de consumo. Que era posible aprovechar aquella oportunidad para suscitar un debate nacional sobre la necesidad de una mayor solidaridad y una mejor comprensión de los conflictos mundiales, en lugar de galvanizar a la opinión pública en torno a una supuesta sed de venganza.

En mi opinión, la sociedad contemporánea ha sido preparada hace ya tiempo para seguir el camino del presidente Bush. Muchos de los procesos que he descrito en el pasado (nuestra relación con la violencia, la centralización del poder, el sentimiento de inseguridad,

las necesidades suscitadas por la sociedad del consumo) han surgido en gran medida de los entornos hipermediatizados nacidos tras la Segunda Guerra Mundial. Así, todo el mundo aceptó con la mayor naturalidad que los **MMA** se olvidaran de sus «bellos principios de responsabilidad» tras el 11 de septiembre y volvieran a sus prácticas tradicionales, basadas en el miedo, la angustia y la violencia, todo ello para vender más periódicos y más espacios publicitarios.

EL SILENCIO Y EL DOBLE LENGUAJE. La periodista canadiense Heather Mallick publicó en el *Daily Globe and Mail* un artículo en el que criticaba el clima de conformismo que se instaló tras los atentados del 11 de septiembre: «He guardado silencio durante meses, como tantas otras personas criadas en el seno de la ideología americana. Los columnistas han escrito completamente en serio que “a partir de ahora, todos somos americanos”... No puedo estar de acuerdo, no todos somos americanos. Yo no lo soy. Ni los americanos lo son... La atmósfera asfixiante estilo Ceaucescu que reinaba en el otoño de 2001 me daba vergüenza. No había nada de lo que sentirse orgulloso».

La supresión de toda voz crítica tras los acontecimientos de 2001 recordaba a la época del macartismo y de la caza de brujas, un estado de cosas que, por otra parte, no se limitaba únicamente a Estados Unidos y sus medios de comunicación. En la época del bombardeo de Afganistán, varios periodistas del **BBC World Service** hablaban de la «elección» a la que se enfrentaba el mundo: o «modernidad y pluralismo» o «terrorismo». Dejemos a un lado este recurso, tan habitual en los medios, a la polarización, y centrémonos en las *palabras* utilizadas: aquellos periodistas hablaban de los «*valores que compartimos*», y hacían hincapié en que el 90% de los americanos apoyaban el bombardeo de Afganistán, y en que el 53% consideraban que era una respuesta «más o menos proporcionada».

¿«Elección»?

¿«Modernidad» (y bombardeo de Afganistán)?

¿«Valores»?

¿«Más o menos proporcionada»?

También tuvimos que escuchar la típica declaración del presidente Bush, esta vez durante su visita a un portaaviones: «Los terroristas son los herederos del fascismo... Tienen el mismo afán de poder, el mismo desprecio por el individuo, las mismas ambiciones delirantes de dominio del mundo. Y los combatiremos exactamente del mismo modo». George Orwell decía que si uno no es capaz de controlar su manera de hablar, no es capaz de controlar su manera de pensar. Si Orwell tuviera que oír cada día estas contradicciones en los términos y este doble lenguaje, que se van filtrando en nuestro inconsciente a través de los **MMA**, seguramente se revolvería en su tumba.

Por lo demás, los efectos de los **MMA** americanos sobre nuestra relación con la historia (nuestro grado de conocimiento del pasado, del sentido y la importancia que la historia tiene en nuestra vida) han sido catastróficos. La imagen de esos funcionarios americanos respondiendo con las mandíbulas bien prietas a una serie de preguntas sobre la relación entre la historia y los motivos subyacentes a los ataques del 11 de septiembre era un espectáculo espeluznante. Con la mayor frialdad, se limitaban a repetir: «No hay la más mínima relación». Igualmente escalofriante fue la total ausencia de reacción por parte de los medios de comunicación, supuestamente «objetivos», a estos desmentidos.

Tras el 11 de septiembre fuimos testigos de un sinfín de conmemoraciones en Estados Unidos, entre ellas el oficio del Día Nacional del Recuerdo celebrado en la catedral de Washington. En Londres, la reina Isabel II asistió a una misa conmemorativa en la catedral de San Pablo. En toda Europa, las televisiones retransmitían homilías, las banderas ondeaban a media asta, se formaban largas colas de personas que querían dejar su firma en libros de condolencias; ciudades enteras guardaban minutos de

silencio, las iglesias se llenaban de multitudes desconsoladas, los bancos de sangre estaban desbordados, el tono de las declaraciones políticas se suavizaba, se aplazaban conciertos y se posponían competiciones deportivas por respeto a las víctimas.

¿Dónde están las conmemoraciones por el número infinitamente más elevado de torturados y asesinados en Nicaragua, en Grecia, en Colombia, en Indonesia, en Laos; por todos aquellos que han sufrido las consecuencias directas del colonialismo británico, del colonialismo portugués? Desde la Segunda Guerra Mundial hemos asistido a una sucesión interminable de tragedias humanas, que en muchos casos han supuesto la pérdida de muchas más vidas que los ataques del 11 de septiembre y que en muchas ocasiones han estado directamente provocadas por la intervención de Estados Unidos en los asuntos de terceros países. Pero estos dramas no merecen conciertos-homenaje de Paul McCartney ni mensajes de amor y perdón del arzobispo de Canterbury. En todo el mundo, las masas han seguido trabajando, han seguido su camino, sin preocuparse por mostrar el más mínimo gesto de solidaridad. Y tampoco los parlamentarios británicos han hecho un alto en sus debates. ¿Se deberá a que tenemos una grave laguna en nuestra memoria? ¿Será que ignoramos todo lo que ocurre fuera de Estados Unidos y Europa occidental? ¿Será pura hipocresía? ¿Será etnocentrismo? ¿Será que tenemos una amnesia histórica tan profunda (y tan bien alimentada por los medios) que nos hemos vuelto inconscientes? ¿La muerte de cientos de miles de seres humanos no es digna de reconocimiento ni conmemoración? ¿Acaso no forman parte indeleble de nuestra historia?

Sean cuales sean las razones que hay detrás de esta memoria selectiva y mistificadora, en Occidente dimos amplia y descarada prueba de ella tras el ataque contra el World Trade Center, al tiempo que unos *MMA* serviles registraban (y, por lo tanto, legitimaban) para la posteridad esta forma de hipocresía. Una actitud de denegación que permitió al secretario de Estado norteamericano,

Colin Powell, declarar en la CNN: «No existe un solo país en el mundo en el que Estados Unidos haya intervenido que no haya mejorado tras nuestro paso».

Una ojeada a la manera en que los *MMA* americanos cubrieron los combates militares tal vez nos permita captar la hipocresía y la locura de este proceso.

La *velocidad* se convirtió en norma. Las imágenes se sucedían a un ritmo vertiginoso, haciendo imposible cualquier forma de reflexión o análisis. Presentadores, «expertos» militares y periodistas «empotrados» acaparaban el 95% del tiempo de palabra en antena; para el público, para los angustiados y afligidos familiares y hasta para los soldados en el campo de batalla, apenas, de vez en cuando, pequeños huecos de 5 a 7 segundos.

Todo contribuía a dar a las imágenes aspecto de videojuego: efectos digitales sobreimpresos sobre mapas aéreos de Iraq, imágenes distorsionadas grabadas con teléfonos móviles, escenas fantasmagóricas filmadas con cámaras de visión nocturna... El carácter irreal de las imágenes solo era superado por el surrealismo de los propios presentadores. Afectando simpatía con unos, rugiendo de indignación contra cualquiera que se opusiera a la guerra, pasando de una actitud a otra casi a la misma velocidad que la avalancha de anuncios que acompañaba a las noticias de la guerra en Iraq: grandes ofertas en colchones, coches de lujo, productos *gourmet*, cremas faciales...

El siguiente ejemplo es una muestra característica de este proceso surrealista y lúgubre: el 6 de abril de 2003, el canal *WKBW* de Buffalo emite una noticia típica de ABC News, que, para una duración total de 1 minuto y 20 segundos, incluye 21 planos distintos y en la que se muestra a un grupo de vecinos, favorables a la presencia de tropas americanas en Iraq, asistiendo a una misa celebrada en memoria de un soldado muerto. Los presentadores de la cadena sueltan el inevitable comentario nacionalista, hacien-

do hincapié en que aquellos vecinos «están mostrando su lado patriótico». El reportaje termina con un breve extracto de una entrevista a un jubilado, que declara: «Están combatiendo por nosotros, ¡que Dios los bendiga!». De repente, vemos la imagen del Papa rezando en el Vaticano, y una alegre voz en *off* nos pregunta: «¿Está buscando diversión para toda la familia?». El Papa desaparece y en su lugar da comienzo un torbellino publicitario, en el que volvemos a ver el anuncio de las ofertas de colchones, tras lo cual volvemos a los ruegos papales en favor de la paz, que duran 23 segundos, esto es, 7 segundos menos que el anuncio de colchones... (véase Apéndice 3).

No obstante, el acto más asombroso y desvergonzado por parte de los MMA americanos (y que, hasta donde yo sé, no ha sido todavía objeto de crítica) fue su apoyo explícito a las descaradas mentiras de la administración Bush, que aseguraba que el objetivo de la invasión de Iraq era neutralizar las «armas de destrucción masiva» de Sadam Husein. La propia administración Bush ha admitido ya, con medias palabras, que se inventó dicha amenaza. Que yo sepa, aún no tenemos un reconocimiento similar por parte de los medios de comunicación, que, sin embargo, estuvieron bombardeando diariamente a la población norteamericana con estas falsedades. Los MMA norteamericanos no se han retractado nunca por haber dado pábulo a esta mentira que sirvió para desencadenar la guerra. Es como si la mentira no hubiera existido.

Los ejemplos que ponen de manifiesto el papel decisivo desempeñado por los MMA americanos en este tenebroso periodo de nuestra historia podrían multiplicarse ad infinitum. Sin embargo, parece que nada puede hacer que los ejecutivos y productores de televisión reconozcan su responsabilidad en esta situación. Como «profesionales» no tienen el menor problema en negarla, porque no se consideran obligados a rendir cuentas de ninguna clase ante la opinión pública. Si hemos llegado a este estado de cosas, ello

de debe a la ausencia de todo debate crítico sobre los medios de comunicación y al silencio cuasi institucionalizado que ha terminado por imponerse en el conjunto de la sociedad actual, y no únicamente en Estados Unidos.

Aun cuando los MMA americanos hayan desempeñado un papel crucial en esta crisis, no están solos; han contado con la ayuda y el estímulo de unos MMA cómplices y sumisos, tan hipócritas y fraudulentos como ellos, a lo largo y ancho del mundo.