

Comunicació i informació audiovisual I

Versió impresa del material web

Autor

Víctor M. Amela

IP04/16020/00198

Continguts

Introducció

L'arbre de la comunicació

Els relats comunicatius

Els mitjans que van fer de mitjancers

Cultura de masses: la televisió

La societat global: comunicació i espectacle

Comunicació i informació audiovisual I

Objectius

- Assolir una visió panoràmica de les diverses manifestacions de la comunicació audiovisual al llarg de la història, fins a desembocar en la cultura audiovisual característica de la societat de masses.
- Aprendre a descodificar els fenòmens contemporanis de la comunicació audiovisual en el context de la història de la cultura.
- Conèixer els debats centrals entorn dels mitjans de masses.
- Analitzar obres audiovisuals rellevants.
- Reflexionar sobre el present de l'anomenada *cultura audiovisual* i sobre els horitzons de la societat de la informació en un món global.

Introducció

La comunicació audiovisual és característica de la societat de masses contemporània, però es pot seguir el rastre dels seus antecedents fins i tot en l'origen de la mateixa espècie humana. Els trets peculiars de la nostra espècie determinen la comunicació audiovisual, que es converteix en fonament de la societat i la cultura humanes.

L'assignatura *Comunicació i informació audiovisual I* s'atura en l'anàlisi de la comunicació audiovisual en la societat actual i en els debats intel·lectuals i socials que genera. En particular, en el duel entre cultura audiovisual i cultura escrita, però també recorre els precedents de tots dos tipus de comunicació. Així, doncs, s'estudien els orígens de la comunicació oral i simbòlica, dels primers mitjans de comunicació, de l'escriptura i l'alfabet, de la impremta i, finalment, dels mitjans de masses.

En l'assignatura *Comunicació i informació audiovisual I* es dissectionen els conceptes de **comunicació** i de **cultura**, es repassen els mitjans que s'han fet servir històricament per a comunicar i els missatges que s'han comunicat, fins a l'arribada de la cultura de masses –amb la televisió com a mitjà hegemònic–, tributària i hereva de tots aquests processos comunicatius. No hi ha diferència de fons entre un bisó pintat en una cova prehistòrica i un llargmetratge projectat en una sala de cine: la voluntat és la de recrear el món, aixecar una realitat virtual sobre la realitat real. I les societats humanes sempre van trobar maneres de representar el món i d'expressar relacions de poder i d'identitat. Aquestes expressions de caràcter audiovisual han estat els precedents dels mitjans de masses contemporanis i dels seus missatges.

Aquesta assignatura repassa el paper dels mitjans en la història de la comunicació, el dels codis que s'han fet servir, el dels missatges comunicats amb aquests codis i mitjans. El propòsit de l'assignatura és fer més diàfana i comprensible la relació que mantenen entre si els diversos mitjans d'informació i comunicació en la societat de masses, i el lloc que ocupen en l'evolució de la comunicació humana.

Bibliografia

- Alonso, A.; Arzo, I. (2002). *La nueva ciudad de Dios*. Madrid: Siruela.
- Arzuaga, J.L. (1999). *El collar del neandertal*. Madrid: Temas de Hoy.
- Balló, J.; Pérez, X. (1998). *La semilla inmortal*. Barcelona: Anagrama.
- Berger, J. (2001). *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Bordieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Bueno, G. (2002). *Telebasura y democracia*. Barcelona: Ediciones B.
- Carbonell, E.; Sala, R. (2002). *Encara no som humans*. Barcelona: Empúries.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Barcelona: Areté.
- Collon, M. (1995). *¡Ojo con los media!* Hondarribia: EPO.
- Cortés, J.A. (1999). *La estrategia de la seducción*. Pamplona: Eunsa.
- Crowley, D.; Heyer, P. (1997). *La comunicación en la historiaa. Tecnología, cultura y sociedad*. Barcelona: Bosch

Comunicación.

Gubern, R. (1999). *Del bisonte a la realidad virtual*. Barcelona: Anagrama.

Gubern, R. (2000). *El eros electrónico*. Madrid: Taurus.

Hartley, J. (2000). *Los usos de la televisión*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Lévy, P. (1998). *La cibercultura, el segon diluvi?* Barcelona: UOC-Proa.

Postman, N. (2001). *Divertirse hasta morir*. Barcelona: Ediciones de la Tempestad.

Ramonet, I. (2000). *La golosina visual*. Madrid: Temas de Debate.

Roura, A. (1993). *Telenovelas, pasiones de mujer. El sexo del culebrón*. Barcelona: Gedisa.

Serrano, S. (1999). *Comprende la comunicació*. Barcelona: Proa.

Vilches, L. (1993). *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Barcelona: Paidós.

Wolton, D. (2000). *Internet, ¿y después?* Barcelona: Gedisa.

L'arbre de la comunicació



Rostre primitiu pintat
© 2002 Leni Riefensthal

Objectius

- Entendre la comunicació audiovisual com a forma primordial de comunicació humana.
- Entendre com les manifestacions més primitives de la comunicació humana anticipen el que seran els mitjans de comunicació de masses del món contemporani.
- Conèixer la gènesi de la comunicació audiovisual humana partint dels mateixos orígens evolutius de l'*Homo sapiens*.
- Comprendre la prehistòria de la comunicació i el seu vincle, des dels orígens, amb la història de la cultura i de les societats.

Planificació

Mòdul 1: L'arbre de la comunicació				
Títol apartats	Objectius	Nuclis de coneixement o subapartats	Activitats	Temps
Les arrels de la comunicació audiovisual	Comprendre la comunicació audiovisual com la forma primordial de comunicació humana. Entendre com les manifestacions més primitives de la comunicació, anticipen el que seran els mitjans comunicació de masses del món contemporani.	Què és comunicació? Biologia i comunicació Els sentits en la comunicació humana. La vista Les pròtesis audiovisuals	Buscar sentits culturals en diverses imatges.	5 h
L'animal humà i la cultura	Conèixer la gènesi de la comunicació audiovisual humana partint dels mateixos orígens evolutius de l' <i>Homo sapiens</i> .	Del primat a l'homínid Les arrels de la cultura Envers la cultura audiovisual Primera comunicació audiovisual: el rostre humà	Comparar actituds actuals amb les dels nostres avantpassats entorn del foc.	5 h
El triomf de la ment simbòlica	Comprendre la prehistòria de la comunicació i el seu vincle des dels orígens amb la història de la cultura i de les societats.	Nosaltres, els cromanyó Explosió de símbols Supervivents gràcies al símbol Del símbol a l'art: narradors d'històries	Buscar al·lusions simbòliques en l'entorn.	5 h
				Total: 15 h

Introducció

El robust arbre de la comunicació enfonsa les arrels en la biologia (i en la física i tot), i la comunicació audiovisual és una branca particular d'aquest arbre. Per a la nostra espècie, la cara va ser el primer mitjà de comunicació audiovisual. El codi de senyals del rostre humà està genèticament arrelat en nosaltres, tot i que hi ha una part que s'aprèn, que és cultural. El codi audiovisual del rostre humà està tan arrelat que no hi ha res que superi una cara a l'hora de comunicar alguna cosa audiovisualment. Una cara humana encara acostuma a ser el reclam principal en anuncis publicitaris, cartells de pel·lícules, portades de discos, caretes (que ve de 'cara') de programes de televisió, etc. Per a nosaltres no hi ha cap missatge més poderós, commovedor, torbador i influent que el d'un rostre.

Les arrels de la comunicació audiovisual

Què és comunicació?

Comunicar o comunicació són paraules estrella de la societat contemporània, de la societat de masses. S'hi recorre amb una freqüència creixent en gairebé tots els àmbits de l'activitat humana, i sorgeix en tot debat social o intel·lectual, en expressions tan comunes com mitjans de comunicació, comunicadors, comunicòlegs, comunicació social, ciències de la comunicació, autopistes de la comunicació, comunicació audiovisual, etc.



Comunicar és compartir (una informació, una idea). Aquest és el sentit últim del terme.



La comunicació audiovisual és una branca particular del robust arbre de la comunicació. A quina alçada del tronc arrenca aquesta branca i cap a on creix, quines en són les singularitats i el lloc en l'arbre de la comunicació? Però abans, què sabem de les arrels i del tronc d'aquest arbre? Què és la comunicació? En llatí hi ha quatre paraules germanes: *communis*, *communicare*, *communio* i *communitas*, de les quals derivarien termes en català com *comú*, *comunitat*, *comunitari*, *comunisme*, *comunicació*, *comunicar* i *combregar*. De *communicare* deriven els verbs *comunicar* i *combregar*, tots dos amb un mateix sentit de compartir alguna cosa, tant una informació (una idea, un missatge) com una sensació o una emoció mística. D'aquest intercanvi d'informació se segueix una comunió, una comunitat: dos ens aïllats –incomunicats– tenen, en comunicar-se, alguna cosa en comú. Els termes *comú*, *comunal* i *comunicació* tenen la mateixa arrel etimològica (*communis*).



Del terme *combregar* deriva *comunicar* i *excomunicar* ("separar de la comunió de l'Església", segons el *Diccionari de l'IEC*).

Cal advertir el sentit de *comunió* com "estar en comunicació amb altres", és a dir, mantenir un tracte, una relació amb altres". En l'entorn del cristianisme, la comunió és combregar –comunicar– amb Déu.

Definició de terme *comunicació* segons el *Diccionari de l'IEC*



1. f. Acció de comunicar o de comunicar-se; l'efecte. Rebre comunicació d'algú. Comunicació d'idees, de notícies. He rebut una comunicació del jutge.
2. La comunicació del moviment a una màquina.
3. Acció de comunicar-se dues o més persones o coses entre elles, l'una amb l'altra. Permetre la comunicació entre l'acusat i el seu defensor. Les dues famílies tenen molta comunicació. Canal de comunicació. Establir, mantenir, la comunicació entre dos llocs distants. Han restat interrompudes les comunicacions entre Barcelona i Madrid. Posar-se en comunicació amb algú.
4. Transmissió d'informació d'un punt a un altre mitjançant un enllaç telefònic, telegràfic, radioelèctric, etc. Demanar comunicació.
5. comunicació òptica Comunicació que utilitza les ones de llum, habitualment procedents d'un làser.
6. Transmissió de significats culturals dirigida a un gran públic. Teoria de la comunicació. Mitjans de comunicació de massa.
7. Aportació científica a una reunió d'estudiosos. Una comunicació al Ple de l'Institut. Presentar una comunicació al Congrés de Medicina.
8. Procés d'interacció que es produeix entre un emissor i un receptor, éssers o sistemes, que consisteix en el pas d'informació del primer al segon mitjançant un codi que es transmet a través d'un canal.
9. comunicació no verbal Cinèsica.

Si consulteu el *Diccionari Etimològic* de Joan Coromines, veureu com *comunicació* remet a *combregar*. L'etimologia, que va a l'arrel de les paraules, sempre ajuda a comprendre'n els sentits.

Però, quan es va confirmar el primer acte de comunicació? Remuntant-se en el temps, alguns autors s'atreveixen a situar-lo no gaire després del *Big Bang*, és a dir, de l'esclat primigeni que va donar origen a l'univers fa catorze mil sis-cents milions d'anys. Només un milió d'anys després d'aquell esclat –quan la temperatura de l'Univers havia baixat a 3.000 graus kelvin–, un electró i un protó es van unir per a formar la **primera molècula d'hidrogen** (l'element químic més abundant de l'Univers visible). Amb la taula periòdica dels elements a la mà, un químic podria descriure l'univers com la **comunicació incessant entre tots aquests elements**.

Tanmateix, alguns comunicòlegs lliguen l'**origen de la comunicació amb l'aparició de la vida**. La vida es podria definir com a matèria organitzada amb capacitat per a reciclar la matèria de l'entorn i per a autoreplicar-se. D'acord amb aquesta definició, la vida sobre la Terra sorgeix fa quatre mil milions d'anys, quan apareix el primer bacteri i comença a fer això: a reciclar matèria de l'entorn i a autoreplicar-se. Des d'aquest punt de vista, els bacteris es "**comuniquen**" amb el seu entorn: no és això el que fa una soca de bacteris quan "entén" la informació de determinat antibiòtic, la desxifra i aprèn, en fi, a escudar-se, a fer-se resistent a aquest antibiòtic? La microbiologia també ha constatat que els bacteris tenen capacitat de comprovar on hi ha el millor aliment per a ells d'entre diversos (això implica una forma de memòria) i que, tot seguit, tenen la capacitat de "comunicar-ho" químicament als altres bacteris de la seva soca.

Però per a altres comunicòlegs, la comunicació fa veritablement acte de presència per primera vegada amb l'aparició de la reproducció sexual.

Al principi, els bacteris s'autoclonaven: per replicació, un individu generava un altre individu idèntic, és a dir, amb el mateix genoma. Aquesta reproducció asexual va anar seguida d'un altre sistema: dos individus estableixen contacte i recombinen els genomes respectius per a generar un tercer individu diferent dels dos.



Això és la reproducció sexual. Consisteix a compartir una informació, a posar-la en comú.



L'avantatge d'aquest sistema de reproducció és que, en generar un individu diferent dels dos que el procreen, en generar individus nous, amb característiques diferents, augmenten les possibilitats que algun s'adapti amb èxit a les condicions variables de l'entorn, hi encaixi, i sobrevisqui. I, amb ell, l'espècie.



Llegiu el capítol "L'emergència del sexe i les seves conseqüències", del llibre *Comprendre la comunicació* (Barcelona: Proa, 1999), del doctor Sebastià Serrano.

L'emergència del sexe i les seves conseqüències

Si no fos que ja hem presentat la comunicació com una de les protagonistes de l'escena anterior diria que el nou escenari visualitza un moment clau de l'evolució que hauríem de considerar com el Big Bang de la comunicació: l'explosió del sexe. L'emergència de la diferenciació sexual. Vet aquí que a partir d'aquell moment –deu fer entre mil i mil dos-cents milions d'anys– la continuïtat de la vida serà en mans del contacte, de la comunicació, i només aquells éssers que contactin sobrevisuran. En el moment en què la vida escull l'estratègia del sexe, la comunicació passa a ser la gran conductora de l'evolució. I res que faci referència al fenomen comunicatiu, el llenguatge, el treball dels objectes, de la pell, el protoart o l'art, la poesia, l'escriptura, l'ordinador o internet, no ens ha de fer estrany. Ara mateix pensem, per un moment, en els fets d'aparellament: no us sembla que cap altre aspecte del comportament no és tan complex, tan subtil i tan penetrant? I, no pensem que l'escenificació del ritual de l'aproximació, de l'amor i fins i tot de l'estabilització de la relació entre un home i una dona, probablement són el resultat del temps, la selecció i l'evolució?

Cada cop que tu, dona, somrius a un pretendent i aixeques les celles de manera sobtada, qui sap si per obrir més els ulls a fi d'observar-lo a ell, o quan l'ences un esguard tímid després de moure una mica el cap per aixecar unes espurnes de tendresa amb la mirada, has de pensar que ni les dones ni els homes no som únics a moure el cap per cridar l'atenció, per seduir. Ni a treure el pit. No som únics a fer servir els ulls per llençar missatges, tot i que podem sospitar que el llenguatge dels ulls potencia les estratègies de més èxit de la seducció. Sí, una mirada té un efecte contundent i immediat. Toca les pregoneres del cervell i provoca una de les dues emocions bàsiques: interès o rebuig. Després, hom pot somriure... o girar la mirada cap a un costat, mig dissimuladament, per tornar a mirar una vegada i una altra.

En aquesta mirada, en el somriure... i en el ritual sencer de la seva manifestació hi ha tota la nostra història evolutiva. Hem nascut programats per mirar-nos als ulls i per somriure'ns, per seduir-nos, ho portem escrit. Hem de contactar i els ulls i la cara i la pell i les olors ens ho faciliten. I la veu. La veu és capaç de dibuixar en la ment humana les imatges d'un instant i d'una relació i és l'espurna que pot llençar la imaginació cap endavant per crear mons possibles. La veu ens pot acariciar i, combinada amb el tacte, fa esclatar el foc de tots els sentits i mena cap a la sincronia total de les interaccions, signe de l'èxit de la seducció compartida. Darrere de molts dels signes emprats, hi ha milions i milions d'experiències reeixides pel fet de ser la manifestació d'una de les estratègies prioritzades al llarg del temps, tot just després que com a resultat d'unes turbulències encara molt poc explicades la natura decidí de posar la continuïtat de la vida de les cèl·lules nucleades en mans del contacte.

Molts biòlegs –sobretot en el darrer quart de segle– s'han preguntat el perquè del sexe. Per què la natura abocà l'evolució cap al sexe? Tants avantatges oferia el sexe per condicionar la marxa de l'evolució? Aquest no és el lloc per entrar en el que hauríem d'anomenar el paradigma del discurs sobre el sexe tot i que, del paradís al qual ens introduí el sexe, ja mai no ens en podrà treure ningú. Fixem-nos, encara que sigui només per uns moments, en els conceptes bàsics. En un sentit ampli, la sexualitat és, ni més ni menys, la recombinació de gens –fragments de les llargues cadenes de nucleòtids que formen l'ADN– d'origen diferent. De fet, ja hem vist que la vida bacteriana coneixia la recombinació genètica. Aquell bacteri que havia vist malmesa una part de la seva dotació genètica, pel fet d'haver-se exposat i cremat a un sol que no tenia encara el filtre de la capa d'ozó i que deixava anar els poderosíssims rajos ultraviolats, anava com un boig a la recerca d'un altre tros d'ADN sense miraments pel fet que vingués d'un altre cos. Probablement aquest fou el primer sexe i, en aquest sentit, els bacteris foren éssers molt promiscus que es llençaven a la recombinació genètica com si els anés la vida en el contacte... i, és clar, els hi anava la vida. Qui sap si la necessitat de sobreviure, com a resposta a la radiació solar, no dugué a l'estratègia que amb el temps esdevingué el nus bifurcador que obria les portes del sexe!

Tanmateix, assolida l'organització de la cèl·lula nucleada, hi ha un esdeveniment, amb dues parts, que ha de constituir el marc on cal situar l'activitat sexual: reduir el nombre de cromosomes en el nucli de les cèl·lules relacionades amb el sexe exactament a la meitat per un procés que donaria els òvuls i els espermatozoides, i

després fer dels dos nuclis –un òvul i un espermatozoide– una sola cèl·lula amb un nombre normal de cromosomes en l'acte de fecundació. Ens podríem preguntar per què els dos sexes difereixen tant l'un de l'altre. Sembla que de bon principi, probablement, no eren gaire diferents, no pas en el passat humà, sinó entre els nostres avantpassats unicel·lulars fa centenars de milions d'anys. Les formes reproductives dels organismes (els gàmetes) eren de dimensions força semblants tant pel que feia a mesures com a aparença. Ara bé, amb el temps les estratègies reproductives prioritzaren l'engrandiment –afegint-hi elements nutritius bàsics– de la unitat femenina i la petitor afavoridora de la mobilitat del gàmet masculí.

Amb el temps, els organismes han esdevingut més i més complexos tot i que els dos sexes i les seves característiques diferents resten igual. Entre els vertebrats, el gàmet femení –l'òvul– és moltíssim més gran que el masculí –l'esperma– fins al punt que aquesta diferència entre les dimensions pot començar a explicar el diferent comportament dels gèneres ja que la inversió feta en cada gàmet per un home o una dona és del tot desequilibrada a favor de la dona, que fabricarà al llarg de la vida uns quatre-cents òvuls mentre que un home produeix milions d'espermatozoides en cada ejaculació. Tot amb tot, pel nostre propòsit de remarcar que el sexe posa en mans de la comunicació la vida mateixa crec que ja hem fet prou en entendre com la cooperació –i cooperació és comunicació– és la base de les estratègies reeixides per a perpetuar la vida.

En moments de grans turbulències que amenaçaven la continuïtat de la vida pel fet que el context havia esdevingut del tot desfavorable, unes emergències basades en la cooperació i la coordinació –la cèl·lula eucariota primer i la diferenciació i complementarietat sexual després– permeteren de trobar les estratègies adequades per a la supervivència. Per tant, no ens cansarem de dir que les estratègies comunicatives han estat ben reeixides i que des d'aleshores la inversió que ha fet la natura en contactes i en comunicació ha estat considerable, la més gran de les inversions.

Vet aquí com, ben aviat, tota una munió de missatges poblà la Terra: flaires, formes, colors, sorolls... omplen l'espai de la biosfera a fi de fer trobadissos entre ells els éssers vius. La comunicació esdevé un mecanisme de selecció: només aquells i aquelles que contactin sobreviuran. Bé és veritat que aquesta selecció i aquesta supervivència cal contemplar-les en un sentit ampli ja que es poden compaginar perfectament amb les relacions de parentiu, de manera que, tal com passa sovint, un ésser pot dedicar la seva vida –i sacrificar les seves possibilitats de reproducció– a ajudar a sobreviure un parent proper amb qui, al cap i a la fi, comparteix recursos genètics. O amb les d'aquells o aquelles que, en un cas extrem, de manera «altruista» donen la vida pel seu col·lectiu, amb el qual comparteixen una part del dipòsit genètic. Fixem-nos, però, en el fet que aquest altruisme recolza en una cooperació que té com a base la comunicació. Per això no ens sentim agosarats en afirmar que el principi de comunicació –regulador de l'acció i la cooperació– impregna tota forma de vida present a la Terra.

Damunt d'aquesta base, la vida guanyà en organització i, per tant, en complexitat. Uns organismes unicel·lulars s'associaren a d'altres i la vida pluricel·lular, amb diversitat de funcions, ja era del tot present en uns éssers com els protozous que viuen fa vuit-cents cinquanta milions d'anys. Aquests éssers vius complexos romangueren confinats a la mar fins fa una mica menys de cinc-cents milions d'anys, quan comencaren no només a treure el cap de l'aigua sinó a fer excursions i, fins i tot, a viure a la terra ferma probablement aprofitant l'avinentsa que la capa d'ozó havia esdevingut un paraigua filtre ideal per a protegir els éssers vius de les radiacions ultraviolades.

Si ho pensem bé, degué de ser tota una aventura sortir de l'aigua. Quina quantitat d'obstacles no trobarien! De fet, hi havia un parell o tres de problemes considerables per resoldre. Els calia un bon equip per respirar en un mitjà on hi havia molt més oxigen. Els calia un bon equip per moure's, uns bons músculs i uns bons ossos. També necessitaven una protecció davant la presència de la llum solar. Eren moltes les dificultats, per això cal considerar com a probable que molts animals –i plantes– foren abocats a la terra així, sense més, pel fet de determinades emergències geològiques, terrabastalls tectònics causants d'un damunt davall en la relació entre les aigües i la terra. Probablement, hi hagué un retrocés considerable de les aigües. De fet, els animals adaptats a la terra són descendents de ben pocs tipus; alguns artròpodes, insectes i aranyes, alguns mol·luscs, cargols, alguns anèl·lids i alguns del nostre tipus, els cordats vertebrats, i fins i tot d'aquests només amfibis, rèptils, aus i mamífers han aconseguit eliminar la necessitat de romandre a les aigües i encara val a dir que alguns hi retornaren. Si ens n'adonem, l'acte essencial de la reproducció animal té lloc encara en un escenari aigualit. Quan els dos protagonistes de l'escena, l'òvul i l'esperma, es troben, l'escenari sempre és humit. I qui sap si no haurem abandonat mai del tot l'espai original pel fet que els nostres fluids, la suor, la saliva o les llàgrimes guarden com a penyora el deix, el regust d'aigua de mar.

Pel que fa a la maquinària respiratòria, ja molt abans d'emigrar al medi terrestre, alguns peixos havien desenvolupat pulmons que els permetien de respirar en casos d'urgència. Convivien en aquests peixos brànquies i pulmons i, de fet, d'ells en sorgiren els primers amfibis que s'expandiren per la Terra ara fa més de tres-cents cinquanta milions d'anys, tot i que ara fa dos-cents cinquanta milions d'anys els rèptils ja els havien passat al davant. Aquests rèptils, amb pulmons, pell resistent i que ponien ous de closca dura, ja practiquen uns rituals d'aparellament ben sofisticats. Així, en un tipus de drac o llargardaix, l'enceta una aproximació del mascle a la femella. Ell explora el cos d'ella amb la llengua i de seguida s'adona de si està ben disposada, de manera que si la resposta és afirmativa la pot mossegar suaument des del coll fins a una pota davantera. Tot seguit, inicia la munta mentre li esgarrapa els costats amb les potes del darrere i la prem fort contra el seu cos. Després belluga la cua a fi de passar-la pel dessota de la d'ella i inserta el seu sexe i la penetra. Immediatament, de manera sincronitzada, les seves dents deixen el coll d'ella i fa girar el cos fins adoptar una forma gairebé circular, prem el cap contra la zona pèlvica d'ella i, en aquesta posició contorsionada, de tacte i de contacte màxim, ejacula. El ritual és fascinant.

De més a més, aquest rèptil estableix i marca el seu territori –sovint amb orina– i desenvolupa bones tècniques de seguiment de rastres; i per defensar el seu territori també desplega de manera ritual una munió d'estratègies que van des dels canvis en el color de la pell fins a un engrandiment –aixeca de manera ostentosa, envanit, el cap– del seu cos i la seva alçària. Despleguen signes de dominància i de submissió i seleccionen de manera acurada les seves parelles, que coneixen i reconeixen, i poden arribar a ésser motiu de manifestació de signes de gelosia fins al punt que sexe i violència poden anar agermanats. McLean, en establir les jerarquies dins el cervell humà, anomenà cervell reptilià aquella part del nostre cervell vinculada a processar la informació relacionada amb les activitats que tenen relació amb la supervivència, l'aparellament i la nutrició i que controlen el sexe i l'agressivitat en defensar i combatre pel contacte i pel territori. Quantes vegades ens surt el rèptil que hi ha en nosaltres.

Un dels principis de l'evolució diu que res d'important per a la supervivència no es perd pel camí de l'evolució, la qual cosa faria que els organismes –en aquest cas nosaltres– guardem a dintre les nostres pròpies històries. Penso que no és perquè sí que la mitologia de totes les cultures humanes conté abundosa referència als rèptils sigui en forma de llangardaixos, dracs, serps, cocodrils i fins i tot tortugues. Quetzalcóatl, la serp dels asteques, la serp del paradís que s'interposa entre els nostres pares Adam i Eva, la serp de Moisès o d'Esculapi, el cap de llangardaix omnipresent en l'antic Egipte o el drac que viatja en l'espai i el temps dels aborígens australians fins a la punta de la llança del nostre sant Jordi que salva la donzella qui sap si no arriben a simbolitzar la mamíferització, primer i, l'antropologització, després, del drac, del rèptil que hi ha en nosaltres pel fet de ser darrere en la nostra història.

Entre uns dos-cents deu i dos-cents vint-i-cinc milions d'anys, uns descendents de la classe dels sinàptics (dels rèptils) tragueren el cap a la Terra; eren els primers mamífers. Ben segur que alguns sinàptics, sigui per la comunicació amb l'entorn, l'adaptació, sigui pel que sigui, desenvoluparen unes innovacions, com a resultat d'algunes mutacions, en el seu tresor genètic, que a la llarga donarien els resultats que coneixem. La primera d'aquestes innovacions fou la regulació i la conservació d'una temperatura interna corporal constant. Sabem que l'aire fred alenteix, fins a inhibir, l'activitat dels rèptils de manera que durant les nits –i més si són fredes– pràcticament ni es mouen. El «gran invent» de la sang calenta permetrà de mantenir l'activitat fins a facilitar el descobriment, l'habilitació i l'ocupació dels espais dominats pel fred. Certament, l'adaptació al fred fou l'assoliment d'un gran repte. I val a dir que el cos calent representarà una bona base de llançament de noves possibilitats d'expressió a través de la pell i la seva cobertura –per ajudar a l'homeòstasi– de pèls i plomatges.

L'altra innovació consistí en el fet que les femelles deixaren de pondre ous i de dipositar-los en forats o nius i en lloc d'això nodreixen les cries a l'interior del seu cos; després de treure el cap a l'exterior, aquestes cries s'arrapen com paparrues per xuclar la llet, una secreció de les glàndules mamàries, glàndules sudorípares reconvertides, del ventre de la mare, que feren nutritiva la suor en transformar-la en llet, aquest líquid, aliment complet, tan ric en calci, element ben necessari per als ossos –sobretot, per als del crani– i per engrandir en complexitat un òrgan al qual n'hi cal molt, el cervell. Val a dir que les xarxes cerebrals de comunicació que connecten les neurones depenen del calci com les comunicacions telefòniques depenen del coure dels fils de telèfon tradicionals o de les diverses classes de fibra. Diguem, de passada, que els primers cervellets ja havien emergit a la Terra fa més de sis-cents cinquanta milions d'anys, i això vol dir que els éssers havien hagut *d'especialitzar una part del seu cos en el control i el processament de la informació*.

Els nostres primers avantpassats mamífers haurien de viure un centenar llarg de milions d'anys amb l'ai al cor pel fet que els grans rèptils, entre ells els dinosaures i la seva parentela, no els deixaven pas tranquils en perseguir tota cosa bellugadissa d'unes dimensions com les d'aquests mamífers i de més grans. Molts dels rèptils també foren escombrats per la ventada dinosaúria i d'això deriva el fet que la llestesa i les condicions dels petits mamífers els fa adaptables a la vida nocturna. L'aventura nocturna els permetia l'accés a l'aliment, als ous extraviiats de certs rèptils i, fins i tot, a rèptils més menuts gairebé paralitzats a altes hores de la nit. Ja podem entrellucar com aquests avantpassats nostres feren de la necessitat un hàbit i, així, la vida en la foscor els dugué a desenvolupar habilitats relacionades amb la tria i destriament de sons i sorolls. De fet, els mamífers aprengueren a sobreviure escoltant. Hem de dir que de bon començament no els devia resultar gens fàcil ja que els seus avantpassats rèptils eren i són més aviat uns animals visuals, ben dotats per al processament de les informacions relacionades amb l'organització de l'espai, per això ens referíem al seu sentit de la territorialitat, i en el de l'espai zero al tacte i al contacte. Val a dir, però, que una part de la informació que els arriba, relacionada amb l'espai, no necessita pas d'arribar i viatjar pel cervell per ser processada ja que certes representacions són codificades per un analitzador situat a la mateixa retina, cosa que vol dir que una part del que veuen, a diferència de nosaltres, no ho veuen amb el cervell.

Tanmateix, tornant als mamífers primerencs, sovint es devien haver d'orientar auditivament –també devien desenvolupar l'olfacte i el tacte– de manera que qui sap si no devien haver d'adaptar –i millorar– les estratègies de processament de la informació visual al nou estil de vida, que prioritza les percepcions auditives; i això no devia ser gens fàcil ja que aquestes suposen sèries o cadenes temporals difícils de traduir des d'unes bases neuronals preparades per a la globalitat. Aquesta transposició –que qui sap si no és el primer esglau de l'escala que conduirà al llenguatge vocal– devia demanar la superació d'un seguit de dificultats ja que, de l'èxit, n'emergiria una nova dimensió, la temporal, que faria guanyar en complexitat tot el comportament dels animals que la posseeixen. En aquest sentit, resulta ben contundent el fet que els darrers ossos de les barres reptilianes redirigissin la seva funció fins a esdevenir els tres petits ossos de l'oïda del mig en els primers mamífers. Fixem-nos com la mandíbula del rèptil conté cinc dents a cada costat i vet aquí que, quan els primers mamífers evolucionen dels ancestres reptilians, els dos ossos de davant de cada costat es fusionen per formar la barra que fins al dia d'avui ens caracteritza a nosaltres i tots els altres mamífers. Els altres tres ossos empeteixen gradualment i esdevenen part fonamental del

sistema auditiu. Ara formen part de la meravellosa i sofisticada cadena d'ossets que transmeten ones i sons des del pavelló de l'orella cap a la clòquea, l'òrgan que gaudeix del do de registrar i codificar els sons com a missatges neurals disposats a viatjar pel conjunt dels circuits cerebrals.

Probablement, els mamífers complementaren les habilitats visuals reptilianes amb un primerenc conjunt de circuits neuronals generadors d'habilitats auditives fins a integrar-les i combinar-les totes dues de manera que una realmentés, en tots els sentits, l'altra a fi de completar una competència comunicativa de la qual som hereus i que permetia de combinar els programes visual i auditiu en una sola xarxa perceptiva audiovisual. I vet aquí que la natura primà aquells –i aquelles– que havien aconseguit a partir de la seva comunicació amb l'entorn de desenvolupar aquesta competència. Es natural pensar que tot aquest enrenou, i la consegüent millora de les habilitats comunicatives, devia passar per l'existència de canvis profunds en l'estructura del cervell dels mamífers ja que la seva competència comunicativa demana unes bases per sentir, escoltar, i veure, profundament arrelades al cervell que permetin d'emmagatzemar o processar seqüències d'imatges i, sobretot, de viure –realitzar activitat cognitiva– en un univers amb dimensions espacial i temporal.

En posar a punt la maquinària del temps –posar a l'hora el rellotge del cervell mamífer– encetàvem el llarg camí que duria al llenguatge verbal. Els mamífers primerencs engegaren, i els primats ja hi excel·liren, l'art de processar seqüències de coses i de fets que els humans convertiríem en històries i en somnis. Una competència comunicativa creixent, en el sentit que hem presentat, permet de guanyar el camí cap a fer plans del que pot ser o podrà trobar demà i permet de fer càlculs molt plausibles que han de dur a atènyer objectius en moviment. Llençar pedres a un animal o bé fer punta a un bastó o a una roca volcànica ja vindrà sol. Cauran els conills o els cérvols i els podran esquarterar i, ja més endavant, fins i tot conservar en una disposició especial per ser consumits al cap d'un temps. I vet aquí com aquest processament de la linealitat, durant un llarg advent, es cova dins el tabernacle d'un cervell enriquit –i engrandit– per l'activitat comunicativa i cognitiva en procés de realimentació continuada. L'increment de les habilitats en el processament de seqüències feia augmentar la capacitat per a la previsió i l'anticipació. El llenguatge ja estava a punt.

Des de bon començament els mamífers es distingiren dels seus avantpassats rèptils per un altre fet, més lligat al comportament: la cura i les atencions ben especials que dedicaven a les seves cries. Aquest fet no tenia precedents, ja que des de sempre les criatures nounades eren deixades a la mà de Déu que, en la mesura que podia, en feia esquerar el nombre més adequat d'acord amb el context en què venien al món. També és veritat que els mamífers –i les aus– tindran cura d'un nombre reduït de cries que, de més a més, són molt delicades i sense l'ajut i l'empenta paternes –més aviat maternes– de cap d'elles no es cantaria ni gall ni gallina. Això vol dir que entre generacions diferents hi ha uns lligams especials que han de dur cap a fer més complexa l'organització dels grups fins a constituir-se xarxes de relacions socials que demanen una competència comunicativa desenvolupada, és a dir, molt més poderosa que la que cal per a codificar i descodificar els missatges necessaris per a la continuïtat de l'espècie; s'assoleix desenvolupant estratègies sexuals o de control i de defensa del territori, i no volem ni tan sols insinuar que aquesta competència sigui gens menyspreable. Els mamífers desplegaren moltes manifestacions comunicatives que són la pura continuïtat de les desplegades pels rèptils i, així, marquen amb olors els seus territoris i destrien i coneixen els companys i les companyes i la mainada per l'olor. De fet, aquells animals primerencs excel·liren en la capacitat d'omplir diferents canals de missatges olfactius –missatges químics– amb una riquesa i una aguda discriminadora que les persones, en una bona part, hem perdut.

Sebastià Serrano (1999). *Comprendre la comunicació* (pàgs. 31-40). Barcelona: Proa.

Així, doncs, la reproducció sexual consagra la comunicació, i la comunicació constitueix l'estratègia reina per a la supervivència. La vida ha apostat per la comunicació. La vida, entesa així –com una dansa de contactes permanent, de trobades cooperatives–, resulta una mera comunicació.



Comunicar és compartir, posar en comú. L'univers sencer és comunicació. La vida –i en especial la vida sexuada– és simple comunicació, posada en comú d'informacions.

Biologia i comunicació

Determinats estímuls sensorials desencadenen una cascada de fluxos bioquímics, neuroquímics, hormonals, etc., que determinen actituds i accions. Aquesta interacció entre estímuls externs i efectes interns ja és una forma de comunicació de cada organisme viu amb l'entorn.



El primer esglaó de la comunicació humana es troba en la biologia.



Un organisme viu encarna una comunicació contínua amb l'entorn: què és la respiració, sinó un intercanvi de gasos? La ingesta i l'excreció d'aliments són un altre intercanvi, igual que la pèrdua constant de cèl·lules corporals, amb la seva reposició també constant.

Un cos humà és bombardejat i travessat contínuament per partícules subatòmiques i rajos còsmics (que són els que ocasionen alteracions dèrmiques i fins i tot mutacions en el genoma), a més d'intercanviar contínuament àtoms i molècules amb l'entorn.



El cos humà es comunica fins a tal punt d'una manera ineluctable i permanent amb tot el que l'envolta que, davant aquesta osmosi frenètica, alguns sistemes filosòfics han arribat a plantejar-se la qüestió de com és de relliscosa l'especificitat del "jo" individual: és a dir, en què consisteix exactament la identitat individual, on acaba l'individu i comença el que l'envolta? Així, el concepte budista de nirvana equivaldria a la comunicació definitiva, plena, integral, entre la consciència individual i el cosmos: una consciència expandida més enllà dels límits humans. Paradoxalment, aquesta comunicació total implica alhora el final de la comunicació: ja no hi ha dues parts que comparteixen, sinó una sola identitat. És el mateix que passa amb el cos humà quan mor: després de diluir-se i fondre's en l'Univers... fi de la comunicació.

La comunicació entre individus animals és a la base de la supervivència de cadascuna de les espècies animals. Les estratègies de contacte i cooperació –comunicació, en suma– entre els individus d'una espècie animal són el garant de la continuïtat d'aquesta espècie. El ventall de tàctiques comunicatives que hi ha en el món animal és fabulós, i és un complicat objecte d'estudi de l'etologia, que sovint hi descobreix patrons remots, rudimentaris, del que després seran algunes conductes humanes.



És molt recomanable la lectura del llibre de Gerald Durrell *La meua família i altres animals* (Empúries), que exemplifica d'una manera brillant diversos patrons de conducta animal, amb lúcides reflexions que fan referència a les conductes humanes.



Els processos biològics són una forma de comunicació constant entre cada organisme i el seu entorn. Una espècie animal sobreviu en la mesura que els seus individus es comuniquen.

Els sentits en la comunicació humana. La vista

Comunicació no és sinònim de *comunicació audiovisual*. Hi ha formes elementals de comunicació a escala atòmica, molecular (química, bioquímica), bacteriana, animal (olfactogustativa, tàctil, etc.). La comunicació audiovisual correspon a un determinat estadi evolutiu dels processos comunicatius animals. I també és un estadi de la mateixa evolució animal, en el moment en què apareixen en els organismes vius els sentits de la vista i l'oïda.



El neuròleg (i cuiner) Miguel Sánchez Romera fa una dissecció diàfana del sentit de l'olfacte en el capítol "Del cerebro. Los sentidos en la cocina. El olfato" (pàg. 94) del seu llibre *La cocina de los sentidos* (Barcelona: Planeta, 2001), la lectura del qual és molt recomanable; fins i tot al·ludeix a:



"cierta sincronía en los ciclos menstruales de las mujeres que vivían juntas en una misma residencia, algo en lo que puede reconocerse una especie de comunicación inconsciente olfativa entre ellas y las feromonas, que, según parece, pueden ser percibidas por otras personas de forma inconsciente o casi imperceptible."

En la filogènesi dels òrgans sensorials, la paleobiologia estableix que el sentit de l'olfacte va ser el primer, el sentit pioner en el regne animal. En el cervell actual encara hi ha vestigis d'aquesta hegemonia primigènica de l'olfacte, en el que s'anomena *bulb olfactori*.

Però l'aparició dels sentits de l'oïda i de la vista determinarà l'evolució de les espècies. La preeminència de l'olfacte mantenia les espècies enganxades al terra –per a detectar els aliments, els plaers, les amenaces de l'entorn–, i la preeminència de la vista anirà lligada a l'alçament sobre el terra.

En l'espècie humana, la preeminència del sentit de la vista va lligada a la posició dreta, amb la qual els ulls s'alcen a

la màxima distància possible del terra –per alguna cosa se situen a la part més alta del crani– i, per tant, a la marxa bípeda. La visió llunyana en els espais oberts era en grandíssima mesura la garantia de supervivència dels individus del gènere humà.

La prova bioquímica de l'hegemonia de la vista l'aporta la neurologia: la meitat del cervell humà, segons ha descobert la neurologia, està implicada en la visió.



Sobre el sentit de la vista, des d'una perspectiva neurofisiològica, el neuròleg Miguel Sánchez Romera diu el següent en el seu llibre *La cocina de los sentidos* (Barcelona: Planeta, 2001), en el capítol "Del cerebro. Los sentidos en la cocina. La vista" (pàg. 88):



"La radiación electromagnética de longitud de onda entre 400 y 750 mm es percibida por el ojo humano como luz. Éste es su principio físico, y los objetos que nos rodean reflejan luz con diferentes grados de intensidad (luminosidad); por tanto, la base de la visión es la comparación de contrastes.

"Existe una organización funcional del ojo comparable a una cámara fotográfica, con un sistema de lentes, un sistema de apertura variable (la pupila) y una retina que corresponde a lo que en fotografía sería la película.

"Esta imagen está invertida sobre la retina y es vista por nosotros de forma normal, porque nuestro cerebro está preparado para ello. Esta cámara fotográfica que termina en la retina está compuesta por elementos receptores de la visión que se denominan conos, responsables de la visión de colores, y bastones, responsables de la visión en la oscuridad. Cuando ambos receptores (fotorreceptores) reciben un estímulo transmiten señales a través de neuronas sucesivas en la retina y de éstas pasan a las fibras del nervio óptico y a la corteza cerebral, que se encuentra localizada en el lóbulo occipital, ubicado en la parte posterior del cerebro. Allí se albergan dos zonas: la corteza visual primaria y la corteza visual secundaria, que hacen conscientes y analizan todas las imágenes obtenidas. De allí se interconectan con otras áreas del cerebro de forma recíproca.

"La vista crea una percepción *tridimensional del mundo* muy diferente a las imágenes bidimensionales proyectadas sobre la retina. Esto hace pensar que la imagen del objeto, de la forma y del color es construida por la retina a través de procesos mentales y de un *mundo tridimensional estable*."



L'ésser humà és, biològicament, un animal audiovisual. Un animal, sobretot, visual.



La relació primordial de l'ésser humà amb la natura es duu a terme mitjançant el sentit de la vista. Com diu John Berger, "la vista arriba abans que les paraules", i la neurolingüística proposa que el pensament humà s'articula precisament amb imatges.

És a dir, l'ésser humà pensa en imatges, imatges que posteriorment transmuta en unes gramàtiques de paraules i signes, d'abstraccions simbòliques. En aquest sentit, es pot dir que pensar és "imaginar", és a dir, elaborar imatges emmagatzemades al cervell.

Quan la consciència de vigília s'apaga, quan la superestructura del llenguatge gramatical s'adorm –quan ens adormim–, el cervell comença a parlar des del més profund i fa servir el seu idioma primordial: les imatges.



Pot ser un exercici interessant rememorar les imatges contingudes en un somni recent i rastrejar-ne els referents icònics en el món de la vigília, en el nostre entorn quotidià, i comprovar de quina manera han estat transformades, elaborades i entrelaçades en la narració onírica.

Però l'acte de veure-hi no és un simple esdeveniment fisiològic, sinó també cultural: quan veiem alguna cosa, en realitat construïm aquesta visió basant-nos en patrons culturals del nostre entorn –en el que sabem i creiem–, amagats en el nostre cervell, i que modelen la manera que tenim de veure el món.

El neuròleg Sánchez Romera, després d'establir que "lo que es evidente es que la visión tiene un papel muy importante en el cerebro si nos atenemos a la superficie cerebral que ocupa el área visual" (si fa o no fa la meitat del cervell), afirma que "investigaciones recientes nos hablan ya del 'aprendizaje del gusto visual', que es rápido y que depende de un proceso neuronal que ocurre en el córtex órbito-frontal del cerebro. Así, cuanto proviene de la vista está unido a una actividad mental, a una realidad cultural, a una subjetividad personal".

Aquest principi es manifesta, per exemple, quan contemplem una obra d'art que s'inscriu en la nostra tradició i context cultural: la "veiem", l'entendem: està carregada d'una aura de sentits, intencions, missatges, emocions, que és el que ens la fa intel·ligible, visible.

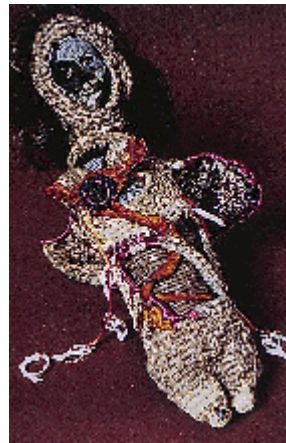


Activitat 1

- Quan mirem, què veiem? Busqueu en les coses a l'abast de la nostra vista –paisatges, animals, persones, obres d'art– sentits induïts i condicionats pel context cultural. Per exemple, quan contemplem el pantocràtor romànic de l'absis de Sant Climent de Taüll, veiem el mateix nosaltres que un camperol del segle XII? Un centreeuropeu urbà, veu el mateix que un mesoamericà rural en contemplar un dels seus petits ídols vodú?



Pantocràtor de Sant Climent de Taüll



Ídol vodú



El pintor i escriptor anglès John Berger ha reflexionat a fons respecte a la relació de llenguatge i vista amb el món (i de la cultura i la visió). Llegiu el següent fragment amb el qual obre el seu llibre *Modos de ver* (Barcelona: Gustavo Gili, 2001).

"La vista llega antes que las palabras. El niño mira y ve antes de hablar.

"Pero esto es cierto también en otro sentido. La vista es la que establece nuestro lugar en el mundo circundante; explicamos ese mundo con palabras, pero las palabras nunca pueden anular el hecho de que estamos rodeados por él. Nunca se ha establecido la relación entre lo que vemos y lo que sabemos. Todas las tardes *vemos* ponerse el sol. *Sabemos* que la tierra gira alrededor de él. Sin embargo, el conocimiento, la explicación, nunca se adecua completamente a la visión. El pintor surrealista Magritte comentaba esta brecha siempre presente entre las palabras y la visión en un cuadro titulado *La clave de los sueños*.

"Lo que sabemos o lo que creemos afecta al modo en que vemos las cosas. En la Edad Media, cuando los hombres creían en la existencia física del infierno, la vista del fuego significaba seguramente algo muy distinto de lo que significa hoy. No obstante, su idea del infierno debía mucho a la visión del fuego que consume y las cenizas que permanecen, así como a su experiencia de las dolorosas quemaduras.

"Cuando se ama, la vista del ser amado tiene un carácter de absoluto que ninguna palabra, ningún abrazo puede igualar: un carácter de absoluto que sólo el acto de hacer el amor puede alcanzar temporalmente."

John Berger (2001). *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.



La clau dels somnis, René Magritte.
René Magritte © Vegap 2002

Quan parlem col·loquialment amb una altra persona sobre un assumpte determinat i li'n demanem l'opinió, li preguntem: "I tu... com ho veus?". Fem servir la paraula parlada, però manifestem que la relació més primordial amb el món s'estableix mitjançant la vista, i això aflora –d'una manera no deliberada i natural– en el llenguatge articulat.

I vet aquí la màxima popular, "la vista és la que treballa", que situa la vista com a pilot de la nostra nau. Cal sobreentendre que el concepte de vista inclou el de mirada, que és el que comporta la càrrega cultural.

Les pròtesis audiovisuals

Fa dos-cents anys que l'*Homo sapiens* –és a dir, l'única espècie humana que existeix actualment: nosaltres– és sobre la faç de la Terra veient coses al seu voltant.

D'aquests dos-cents mil anys, durant cent setanta mil anys l'ésser humà només va veure el que els seus ulls nus arribaven a albirar: planes, arbres diversos, animals en moviment, el perfil de les muntanyes, cels canviants, estrelles incomputables, ones incansables, etc.: paisatges. Paisatges... i a ell mateix, a ell mateix en el paisatge.

Però veure era comprendre? Veure era aprehendre? Veure era dominar, era tenir? L'ésser humà va voler veure-hi millor, veure-hi més, veure-hi segons la seva voluntat:



aquest impuls el va portar a reproduir la natura (i a ell mateix) en imatges creades artificialment per la seva mà.



En conservem proves de fa trenta mil anys (a la cova Chauvet, Ardecha, sud de França), tot i que hi ha indicis d'imatges antropomorfes creades per l'home des de molt abans.



Pintura de la cova de Chauvet, França.

Amb aquest impuls, arrenca el que anomenem *història de l'art*, que també es podria anomenar *història de la iconografia*, *història de les imatges creades per l'ésser humà*. I també és la història de la comunicació humana:



per mitjà de les imatges que crea, l'ésser humà combrega –es comunica– amb el món i amb els seus congèneres.



Des de fa trenta mil anys es constata en l'ésser humà un fervor imperiós per plasmar imatges, per enginyar contínuament millors maneres de produir imatges i de contemplar-les. La pintura sobre la paret d'una cova, el dibuix en un vas o en un objecte d'ús quotidià, les estatuetes, els relleus, les escultures, les il·lustracions de tot tipus, els frescos, les teles pintades a l'oli, l'aquarel·la, les imatges fotogràfiques, les cinematogràfiques, les televisives, les videogràfiques, les cibernètiques, etc.



Totes les imatges produïdes i difoses per l'home mitjançant enginyers tècnics successius són expressió de l'ànsia humana de mirar.



El resultat i l'objecte d'aquesta ànsia l'estudia –en part– la història de l'art i és, alhora, la història de la comunicació.

Enginyers com la lupa, les lents (i lents de contacte), els telescopis, els microscopis i les càmeres (de fotografia, de cine, de televisió, les *webcam*) són pròtesis, pròtesis dels nostres ulls àvids, del nostre insaciable sentit de la vista. La vista captura el món, l'aprehèn i ens el posa a les mans.

Les pròtesis de la vista (i també les de l'oïda: audíofons, discos, cintes magnetofòniques, discos compactes, ràdio i altres mitjans audiovisuals), que avui en dia estenem fins al navegador del cotxe –pròtesi de la vista i del sentit de l'orientació–, fan de l'espècie humana una espècie animal singular, una espècie **recreadora del món**.



L'espècie humana *sapiens* alça sobre el món natural un món virtual.



El que avui anomenem *realitat virtual*, referint-nos a la nova capacitat tecnològica de recrear artificialment entorns naturals, no és sinó una culminació d'un anhel humà patent des dels primers passos com a espècie.



Romà Gubern qualifica aquest anhel com "la vieja aspiración del ser humano de duplicar la realidad, que tantas implicaciones mágicas ha tenido" (*Del bisonte a la realidad virtual*. Barcelona: Anagrama, 1999).

Fa trenta mil anys, penetrar en una cova amb les parets pintades amb animals en actitud cinètica (en moviment) i, avui, posar-se un casc de realitat virtual, són dos actes certament separats per trenta mil anys, però no menys certament del tot idèntics en la seva pulsio més profunda.

Avui les pròtesis de la vista es continuen expandint, com es van començar a expandir amb les primeres representacions prehistòriques: avui arribem a l'extrem que un ésser humà és vist pels seus congèneres abans que neixi, vist en una pantalla (ecografia), cada dia amb més definició i qualitat d'imatge.



Ecografia

Quan ja hem nascut, ho fem en un món ple d'imatges virtuals (impreses, televisades, informatitzades, etc.), entre les quals hi ha, repetida mil vegades (fotografiada, videografiada, escanejada) la nostra pròpia imatge. I quan morim biològicament, la nostra imatge continua viva, impresa o bé en una altra pantalla.

Així, les pròtesis de la vista fins i tot vencen la mort.



La història humana és la de l'anhel per aprehendre el món fent servir pròtesis audiovisuals: d'aquí deriva l'art, el llenguatge, les religions, els mitjans òptics, els mitjans de comunicació, etc.

L'animal humà i la cultura

Del primat a l'homínid

Fa sis milions d'anys, cert tipus de primat que vivia en zones boscoses va baixar dels arbres –el seu hàbitat i refugi– i es va posar dret a terra sobre les dues extremitats inferiors (*Orrorin tugenensis*).

El mateix van fer altres primats boscosos, fa quatre milions d'anys. Amb el bipedisme, el primat començava a caminar cap a la humanització, cap a la cultura.

El bipedisme va resultar una estratègia adaptativa triomfant: feia més versàtil el primat, perquè li atorgava més capacitat d'aprofitar nous nínxols naturals, cosa que li va ser útil quan van retrocedir selves i boscos (fa 2,4 milions d'anys), a causa de canvis climàtics. A partir d'aquesta època ja podem anomenar aquests bípedes *homínids*, els primers humans: els paleoantropòlegs parlen del gènere Homo (*Homo habilis*, *Homo ergaster* i altres espècies successives).

Aquests homínids s'havien de desenvolupar en espais cada vegada més oberts, del tipus de la sabana africana actual. El fet de poder alçar el cap sobre el terra –la postura erecta, la columna vertebral dreta– els va permetre en aquells espais oberts d'albirar l'horitzó, mirar, detectar amenaces: la vista es converteix en el sentit principal de l'animal humà.



Aquesta posició erecta encara representava un altre avantatge, un avantatge que va ser definitiu: alliberava permanentment les extremitats superiors.



I amb l'ús de les mans comença tot: primer van poder empunyar i llançar pedres i bastons; i, després, fabricar eines, fent servir aquestes pedres i bastons. És a dir, sorgeix la tecnologia.

I els coneixements lligats a aquesta tecnologia comencen a ser transmesos de generació en generació i, així, a acumular-se: això és la cultura. I en això consisteix la humanització: en aquesta densificació cultural, en aquest increment del saber extrasomàtic, que ens fa progressivament més i més independents de la biologia, dels capricis de la natura. És a dir, més i més autònoms.

La tecnologia primitiva consistia a trencar pedres amb altres pedres i aconseguir, d'aquesta manera, instruments (pedres tallades) amb els quals tallar pell i carn d'animals, teixits vegetals, trencar ossos (i accedir als molls), etc. Els grups d'homínids que disposaven d'aquesta tecnologia van gaudir d'avantatges quan fa 2,4 milions d'anys les condicions ambientals es van endurir. Gràcies als instruments van poder escorxar i trossejar carn d'animals morts, trinxar-ne els ossos i, després, caçar ells directament els animals:



en suma, aquesta tecnologia els va donar accés a ingerir més proteïnes animals. I aquestes proteïnes van afavorir el desenvolupament del cervell,



una qüestió que només és possible si es garanteix un aportament constant de molta energia (el cervell consumeix la major part de l'energia que ingerim). I la ingesta de carn permetia d'aportar més energia.



Segons l'antropòloga Aiello, també va fer possible l'escurçament de l'intestí: la digestió de la carn és més ràpida que la dels vegetals crus; l'estalvi d'energia en la digestió va permetre que aquesta energia revertís en el creixement del cervell.

Els primers individus del gènere Homo avançaven cap a una humanització creixent a mesura que s'independitzaven de la natura i la transformaven, la manipulaven i la dominaven: la tecnologia i la seva comunicació eren el camí.



Eines de sílex

Ara fa un milió d'anys ja s'havien extingit tots els homínids no tecnològics (ardipitecs, australopitecs, parantrops, etc.): només quedava el gènere Homo, l'homínid tecnològic.

Després de la tecnologia de la pedra tallada, una altra –molt més recent: sorgeix fa només cinc-cents mil anys– serà la del domini del foc.



Així, doncs, la fabricació d'eines amb les mans i el domini del foc ja són en els fonaments de la cultura.



El procés d'humanització parteix d'uns canvis fisiològics que ens porten a la tecnologia, és a dir, la primera cultura, bagatge extrasomàtic (no biològic) que ens condueix a tecnologies més complexes, que al seu torn porten a una cultura més complexa: l'ús del símbol (i apareix l'art, el llenguatge, la metafísica, la religió, etc.).



Els paleoantropòlegs Eudald Carbonell i Robert Sala relaten amb una claredat extraordinària aquest procés d'humanització. Aquest fragment, amb una capacitat de síntesi enlluernadora, relaciona en una cadena fascinant el que és biològic i el que és cultural, el que és tecnològic i el que és espiritual. Tot el que interessa en aquesta assignatura es conté en germen en aquesta descripció dels nostres orígens humans.



En aquest punt, tanmateix, ens trobem amb un dels moments més complexos en l'evolució humana i que ens il·lustren com és de complicat mantenir una forma molt mecànica d'explicar el procés d'hominització. En el mateix moment que es produeix el primer creixement del cervell tenim l'origen de la tecnologia de la pedra. ¿Què va ser primer? ¿La tècnica o el cervell? És clar per a tots nosaltres que un cervell més potent millora la capacitat de produir instruments i de fer-los progressivament més complexos. Però també sabem que la fabricació d'instruments millora la capacitat d'aquell cervell, dotant-lo d'una experiència de manipulació quotidiana. Hem assenyalat, igualment, que la fabricació d'instruments que permetien aconseguir més proteïnes és un fet necessari per al manteniment del cervell gran. Tot plegat ens planteja que l'evolució no és mecànica, com si d'una adaptació en sortissin les altres, sinó que es complica, les adaptacions interactuen mútuament: coevolucionen. És a dir, progressen plegades. En aquell moment ja eren tres les adquisicions que ens permeten explicar el substrat humà de l'evolució i que ens diferenciaven de la resta dels primats: bipedisme, cervell gran i producció d'eines.

Caldran, però, altres descobertes per ampliar el nombre de trets encara més diferenciadors que els que hem esmentat. Potser la descoberta i la domesticació del foc són el més significatiu ja que, efectivament, tal com explicarem en un dels capítols d'aquesta obra, el foc representa un nòdul fonamental de resocialització sense el qual seria molt difícil comprendre la nostra espècie, *Homo sapiens*.

El foc és, per tant, una adquisició de coneixement bàsica per entendre la humanització. Com hem dit suara, els homínids, socials per pròpia naturalesa, troben en el foc una forma de resocialització; l'adquisició té uns cinc-cents mil anys d'antiguitat i el seu ús se socialitza ara fa uns dos-cents mil anys, la qual cosa permet introduir noves pautes de comportament. El fogar fa que s'allargui el dia, reuneix els membres de la tribu al voltant de la seva llum i de la seva escalfor i allà s'intercanvia la informació, es va augmentant la comunicació entre els individus del grup i, finalment, es va perfeccionant el llenguatge articulat, una altra de les grans adquisicions que ens fan humans. És possible que les primeres idees sobre la vida i la mort i el seu significat també generin, al mateix moment i com a conseqüència, la creació artística. La socialització del foc, el llenguatge articulat, el simbolisme ideològic i plàstic, i el pensament miticoreligiós fan la seva aparició plegats a partir d'aquest moment, fa entre dos-cents i tres-cents mil anys en un altre procés d'evolució complexa i múltiple. Les noves adquisicions evidencien més la singularitat del nostre gènere humà dins del grup dels primats i tendeixen a la humanització del planeta.

Totes aquestes adquisicions ens han disparat cap a una nova forma d'adaptació a través de la tècnica i de la comunicació. Nosaltres, *Homo sapiens*, som els hereus de tots aquests processos d'adquisició sense els quals no hauria estat possible ni la descoberta de l'agricultura, ni la dels metalls, ni la de l'escriptura, ni la de la roda... Tributaris del procés d'humanització, hem de ser capaços de controlar el que vol dir ser humans i saber, amb la seguretat que ens permet el coneixement, si ho som o no i què és el que això vol dir.

Aquesta reflexió, feta amb elements empírics diacrònics i fonamentada en els principis evolucionistes, ens ha de servir, no pas per sostenir cap principi dogmàtic, sinó per ser capaços de fer una crítica constructiva sobre la nostra humanitat. Amb aquesta perspectiva, podrem treballar amb profunditat per conèixer què és el que ens convé més amb vista al futur, despullant-nos de tots aquells comportaments naturals heretats dels primats que, com a característics dels primats, també són prehumans. Amb aquestes premisses ens podem convertir en «tecnoéssers».

Eudald Carbonell, Robert Sala (2002). *Encara no som humans* (pàgs. 37-39). Barcelona: Empúries.



Activitat 2

- Quines actituds i comportaments actuals reproduïxen i prolonguen els dels nostres avantpassats entorn del foc? Individualment, elaboreu una llista de similituds i diferències entre el nostre entorn social i el dels nostres avantpassats.
 - El paper resocialitzador que va aportar l'adquisició del foc, en quines adquisicions, en quins mitjans el trobem avui?
 - Després poseu en comú les reflexions individuals.
-

Les arrels de la cultura

Si fem un esforç exagerat de reducció als orígens, podríem fer la següent afirmació:



l'origen de la cultura és a la mà i a l'ull.



Evidentment, al darrere hi ha el cervell. La mà i l'ull fabriquen instruments. Aquells objectes fabricats, transformats –aquella tecnologia–, seran els primers objectes culturals.

La tècnica de fabricació i ús d'aquests objectes representa el primer "corpus" de coneixement humà. I aquesta informació és una informació no biològica: no es transmet pels gens, sinó extrasomàticament: amb l'aprenentatge "cultural". Aquesta informació, aquest conjunt de sabers que es comuniquen, constitueixen la **cultura**.



Així, doncs, la comunicació d'aquesta primera informació tecnològica funda el que anomenem *cultura*.



Sense comunicació –sense la comunicació d'aquesta informació– no hi ha cultura.



Cultura: un terme que ha tingut moltes accepcions, molts usos, però tots arrenquen d'aquest aprenentatge tecnològic primitiu. Les primeres espècies del gènere Homo es van esforçar a repetir les seqüències de gestos fabrils –gestos que permeten de fabricar eines– i a transmetre'ls als seus joves.

La **tecnologia** va ser la primera pedra de l'edifici de la cultura.

El procés de producció dels primers instruments (ganivets de pedra, destrals de pedra, punxons, etc.) es va anar fent cada vegada més complex, al mateix temps que els esquemes mentals dels seus fabricants: una complexitat creixent que acabaria per originar el pensament abstracte, segons manté el paleoantropòleg català Eudald Carbonell (codirector de les excavacions del jaciment d'Atapuerca).

La transmissió intergeneracional ja no solament de gestos i tècniques per a fabricar objectes i del seu ús correcte, sinó també de conceptes abstractes, de visions del món, d'idees, constituirà la cultura d'un clan, d'una comunitat, d'un poble, d'un grup humà determinat. Així, la cultura seria el cúmulo de coneixements i visions del món compartits per un grup humà, i que li donen cohesió com a tal grup.

Alguns etòlegs han aventurat que en certes espècies animals també hi ha cultura, en la mesura que determinades conductes i pràctiques es transmeten als individus del grup per aprenentatge, de generació en generació.



Se sap d'alguns clans de ximpanzés que transmeten a la descendència l'ús destre d'instruments rudimentaris, com un pal, per a determinades funcions, com burxar en un formiguer o fer caure un fruit (i es tracta de comportaments no genètics, ja que són desconeguts per al clan de ximpanzés de la vall veïna). Aquest aprenentatge és un embrió de cultura? Potser no, en la mesura que no s'hi dona una transformació artificial d'un objecte, però situacions similars a la descrita devien tenir lloc en les albers del gènere Homo, del qual nosaltres som l'última expressió, l'última espècie (per ara): l'*Homo sapiens*.

Envers la cultura audiovisual

L'expansió de la nostra espècie per tot el planeta i la complexitat creixent dels sabers humans acumulats durant els últims dos-cents mil anys ha obligat a fragmentar el terme *cultura* en significats **successius, concèntrics o juxtaposats**. Etimològicament, *cultura* és un terme derivat del terme llatí *colere*, que significa 'conrear'. És a dir, la cultura és tot el que l'ésser humà ha conreat, no el que li ha estat regalat per l'herència genètica, la biologia, la natura.



Vet aquí les definicions del terme *cultura* del *Diccionari de l'IEC*:

1. f. Acció de cultivar; l'efecte.
2. ESP. Conjunt de les coneixences literàries, històriques, científiques o de qualsevol altra mena que hom posseeix com a fruit de l'estudi, de les lectures, de viatges, d'experiència, etc.
3. Conjunt de les coneixences, tradicions i formes de vida materials i espirituals característiques d'un poble, d'una societat o de tota la humanitat.
4. cultura de massa Cultura que, difosa pels mitjans de comunicació de massa, pretén aconseguir l'acceptació de la major part de la societat.

La multiplicitat de sentits que ha adoptat el terme *cultura*, la seva polisèmia, n'obren el camp semàntic fins a fer-ne imprecisos els límits. El debat sobre les seves accepcions i significats segueix obert (i n'hi ha prou de rastrejar les pàgines de la premsa per detectar sentits diversos).

És una analogia agrícola molt clara: la bona collita procedeix del cultiu (de la terra, en aquest cas).

Així, diem que es donen *cultures diverses* segons les diferents àrees geogràfiques o ètniques o religioses (i parlem de *cultura xinesa, cultura nord-americana, cultura àrab, cultura musulmana*).

També parlem de *cultura urbana* enfront de *cultura rural*, o de *cultura tradicional* enfront de *cultura moderna*. I diem que una persona és *culta* perquè ha conreat l'intel·lecte (i sap moltes coses) o la sensibilitat (i és capaç d'apreciar matisos singulars en determinades arts). També parlem de *cultura física* per referir-nos a tot el que s'adreça a millorar la part física de l'ésser humà. Diem que un conjunt de sabers sobre maneres de cuinar els aliments configura una *cultura culinària*, o parlem de *cultura gastronòmica* per referir-nos als hàbits alimentaris d'un individu o d'una comunitat. Es diu d'una persona que té *cultura musical, cultura literària, cultura futbolística*, i així successivament.



El terme *cultura*, doncs, s'ha popularitzat, banalitzat, vulgaritzat.



I el sentit del terme *cultura* s'escindeix i s'estratifica en parlar de *cultura popular* i *alta cultura*. La cultura popular al·ludiria a la cultura de masses (inclouria la cultura audiovisual), en contraposició amb una cultura elitista.

Per tant, és inevitable que també es parli de *cultura radiofònica*, de *cultura cinematogràfica*, de *cultura televisiva* i, genèricament, de *cultura audiovisual*, i que es prediqui aquesta cultura d'un individu, o bé d'una societat o d'una època.

Un individu, societat o època que corresponen, segur, al segle XX o XXI.

Quan avui es diu que formem part d'una *cultura audiovisual* o que *la cultura audiovisual* és el tret característic de la societat actual, es vol dir que les pantalles i els altaveus del cine, la ràdio, la televisió i l'ordinador són els mitjans de comunicació hegemònics en la societat humana, enfront d'altres sistemes anteriors de transmissió de missatges

(els impresos).



És a dir, que els individus d'aquesta societat s'informen, es formen i s'entretenen majoritàriament partint de missatges transmesos per les pantalles i els altaveus d'aquests mitjans de comunicació (cine, ràdio, televisió, Internet).



L'hegemonia d'aquests mitjans es va començar a forjar en la primera meitat del segle XX, que és quan es consolida el cine (anys vint), s'expandeix la ràdio (anys trenta) i irromp amb ímpetu la televisió (anys quaranta), uns mitjans que només són realment viables en la mesura que la societat humana sigui **societat de masses**, i que, al seu torn, són instruments de cohesió d'aquesta societat de masses, el seu vehicle més idoni.

Així, els mitjans audiovisuals –tal com els entenem des de mitjan segle XX– són els que estan definits per dos vectors:

- Són mitjans que fan servir sons més imatges en moviment (audiovisuals).
- Tenen la capacitat d'arribar simultàniament a milions de persones: a masses humanes.

És el segon vector (la capacitat d'arribar a les masses) el que dóna força i especificitat al primer vector (so + imatge) fins a arribar al punt que avui, quan parlem de comunicació audiovisual, sigui gairebé exclusivament per a referir-nos a la televisió.



I és cert que, sens dubte, la televisió és el mitjà audiovisual més massiu dels que fins avui ha fet servir l'ésser humà per a comunicar.



Però aquest rei dels mitjans de comunicació audiovisual –la televisió–, que ho és, no és sinó l'hereu de tots els mitjans de comunicació audiovisual que s'han succeït durant la història de l'ésser humà, des que un homínid va mirar-ne un altre a la cara.

Primera comunicació audiovisual: el rostre humà

El primer mitjà de comunicació audiovisual va ser, sens dubte, el mateix rostre humà. La comunicació audiovisual va arrencar des que un homínid en va mirar un altre a la cara.

El rostre humà va ser el primer mitjà de comunicació audiovisual, abans de l'oralitat, del llenguatge articulat, de la pintura, de l'escriptura en tauletes de fang:



un rostre humà és capaç d'oferir fins a set mil expressions facials diferents, set mil missatges diferents, tots ells missatges perceptibles per un ull humà i interpretables pel cervell.



Aquests missatges són formulats per una conjunció de quaranta-quatre músculs diferents i dos ossos (el crani i la mandíbula), que configuren la morfologia del rostre humà. Són missatges llançats pels jocs i les combinacions de les comissures dels llavis, els pòmuls, les parpelles, el mentó, etc. Són missatges de sorpresa, por, consternació, interès, alegria, tristesa, desesperació, amenaça, afecte, dolor, plaer: en resum, **la cara comunica**.

La cara és el primer mitjà de comunicació audiovisual de l'espècie humana, i el seu codi està molt profundament arrelat en nosaltres. Tan profundament arrelat que és un codi, majoritàriament, genètic, innat; hi ha una altra petita part que és cultural, apresada.



Un senzill exercici d'observació del nostre entorn ens desvelarà ràpidament l'ús constant del rostre humà en els mitjans audiovisuals, la publicitat, la política, etc.

El codi audiovisual del rostre humà està arrelat en nosaltres fins al punt que no hi ha res que superi una cara a l'hora de comunicar una cosa audiovisualment: una cara humana –masculina o femenina– sol ser el reclam principal als anuncis publicitaris, als cartells de pel·lícules, a les portades de discos, a les caretes (*caretes*, de *cara*) de programes de televisió, etc. Per a nosaltres no hi ha res més poderós, commovedor, torbador, influent, que una cara humana.

Aquesta comunicació primordial mitjançant el rostre és la que permet d'establir llaços de relació, identificació i cohesió entre persones i, per tant, el que permet la formació de grups humans viables com a tals. Una bona prova d'això és que una paràlisi facial total (clínicament anomenada *síndrome de Mobius*) deixa l'individu que la pateix totalment aïllat dels altres, empresonat en la seva pròpia inexpressivitat. En suma, incomunicat: l'absència d'expressió impedeix als altres saber si aquest individu està escoltant o no, si entén o no, si està d'acord en una qüestió o en contra, cansat o alegre.

Individus amb rostres sense expressió, sense capacitat de comunicar-se, farien inviable la vida en grup, cosa que al seu torn faria inviable l'espècie humana, que es veuria condemnada a l'extinció.

És exemplificador que un dels símbols de creació recent que ha arrelat més i més ràpid universalment sigui un cercle groc (*Be Happy*) que porta inscrits a dalt dos punts (els ulls) i a baix una línia corba (la boca que somriu): un rostre humà. Un rostre humà? Molt estilitzat, estilitzat al límit, però algú posa en dubte que es tracta d'un rostre humà?

És un exemple de fins a quin punt tenim inserida en el més profund del nostre cervell la imatge, els traços de l'estructura bàsica del rostre humà.



Be Happy

I avui, quan els usuaris del telèfon mòbil es volen enviar un missatge d'alegria, n'hi ha prou que dibuixin a la pantalla, amb dos punts i dues ratlles, una esquemàtica cara somrient: el receptor, en veure-la aparèixer a la pantalla del mòbil, no podrà evitar que un somriure automàtic es dibuixi al seu propi rostre. Una cara, sempre infal·lible, ha tornat a comunicar :-).

El triomf de la ment simbòlica

Nosaltres, els cromanyó

Podem localitzar la prehistòria de la comunicació audiovisual a l'Àfrica, fa 2,4 milions d'anys. Hi apareixen les primeres espècies humanes (*Homo rudolfensis*, *Homo habilis*, *Homo ergaster*, etc.), espècies capaces de mirar-se a la cara i, a través del rostre, llegir en la ment dels seus congèneres.

Aquestes primeres espècies humanes, per canvis adaptatius successius, anirien evolucionant cap a noves espècies (*Homo erectus*, *Homo antecessor*, etc.), fins a desembocar –ara fa una mica més de dos-cents mil anys– d'una manera paral·lela en dues espècies humanes que van ser coetànies (fins que se'n va extingir una) sobre el planeta Terra: la cromanyó (*Homo sapiens*) i la neandertal (*Homo neanderthalensis*).



Podeu consultar Josep Corbella, Eudald Carbonell, Salvador Moyà i Robert Sala (2000). *Sapiens. El llarg camí dels homínids cap a la intel·ligència*. Barcelona: Edicions 62.

L'espècie cromanyó es va originar a l'Àfrica, i l'espècie neandertal es va originar a Europa. Per ara, han estat les dues últimes espècies humanes que han trepitjat el planeta. L'una es va extingir fa només trenta mil anys: la neandertal. L'altra, la cromanyó, va continuar endavant, i segueix aquí: som nosaltres.

Nosaltres, els cromanyó, vam sortir de l'Àfrica fa cent cinquanta mil anys: vam anar avançant per la península del Sinaí, Palestina, l'Orient Mitjà, Anatòlia, etc., i vam entrar a Europa ara fa quaranta mil anys.

Els neandertal (espècie humana que va sorgir a Europa feia dos-cents mil anys) ens van veure arribar. Totes dues espècies humanes van haver de compartir els territoris d'Europa a partir d'aquell moment i durant els deu mil anys

següents, fins que els neandertal es van extingir. Un dels últims reductes de l'home de Neandertal a Europa va ser a la península Ibèrica, al sud del riu Ebre (més una altra bossa a Croàcia). Quan van morir aquells últims neandertal, ja no en quedava cap en tot Europa: una espècie humana s'havia extingit.



Doncs bé, la qüestió de l'extinció dels neandertal i de la supervivència de la nostra espècie (cromanyó, *sapiens*) té molt a veure amb la comunicació audiovisual, amb la capacitat superior per a aquest tipus de comunicació que tenien els cromanyó.



Els neandertal i els cromanyó eren similars en moltes coses, però hi havia un tret que els diferenciava: els cromanyó posseïen una capacitat simbòlica singular.

El volum del cervell neandertal no era inferior al del cromanyó (era una mica més gran i tot).



Però, tanmateix, el cervell cromanyó exhibia una rara forma d'intel·ligència: la simbòlica. Diguem que el cromanyó tenia una "ment simbòlica".



Arsuaga, Juan Luis (4 juny 1999). "Hoy volvemos a ser muy cromañones". Entrevista realizada per Víctor-M. Amela, *La Vanguardia*.

Tengo 44 años. Nací en Madrid. Soy profesor de Paleoantropología en la Complutense y busco fósiles humanos en Atapuerca. Estoy casado y tengo tres hijos, Carlos (14 años), Lourdes (11) y Rocío (6). Tenemos en casa un hámster y una tarántula. Nadie tiene mi voto en propiedad. Publico "El collar del neandertal" (Temas de hoy).

- Vengo yo del mono?
- Un chimpancé y usted tienen antepasados comunes. Fue hace unos cinco millones de años cuando el homínido empezó a evolucionar por separado.
- ¿Dónde sucedió eso?
- En África. Ese homínido empieza a comer carne de animales muertos hace 2,5 millones de años, y hace 1,5 millones de años, a cazar con piedras talladas. Es entonces cuando sale de África y llega a Asia y Europa.
- Y de ahí ya sí vengo yo.
- ¡No! De ahí empezará a surgir, hace 300.000 años, el hombre de neandertal, en Europa. Pero usted no lleva ni una gota de sangre neandertal en sus venas.
- ¿No? ¿Y de dónde salgo yo, pues?
- Verá: al mismo tiempo que en Europa surgía el neandertal, en África surgía el "Homo sapiens", popularmente conocido como cromañón.
- ¿Ese sí soy yo?
- Ahora sí. Salimos de África por Oriente Medio y, hace ahora 40.000 años, nos plantamos en Europa.
- ¿Qué dijeron los neandertales al vernos llegar aquí?
- Los neandertales imitaron algunas de nuestras cosas: herramientas, adornos, collares... Coexistimos con ellos durante 10.000 años, sin cruzarnos genéticamente...

- ¿Por qué? ¿Tan distintos eran un neandertal y un cromañón?
- Sí. Un varón neandertal era un coloso de 90 kilos y 1,60 m, muy compacto, muy fuerte y de piel más blanca que un cromañón. Un cromañón era más alto (hasta 1,80 m), más estrecho de cadera, más grácil, más débil... Quizá hubo algún cruce aislado, pero no surgió una especie híbrida. Se sentían diferentes y competían por la caza y los asentamientos. Hasta que sobrevino el cataclismo.
- ¿Qué cataclismo?
- Fue hace 30.000 años: comenzó la última gran glaciación... ¡y el hombre de neandertal se extinguió! A partir de esa fecha, en los yacimientos ya sólo hay restos cromañones.
- ¿Y por qué los neandertales, más fuertes, se extinguen y nosotros sobrevivimos?
- Porque, en aquel medio tan hostil, más útil que su fuerza fue nuestra gran capacidad simbólica.
- ¿Se refiere a la inteligencia?
- A una forma de inteligencia: la simbólica. El neandertal también tenía inteligencia, pero la del cromañón era una "aberración" de la inteligencia: una hipertrofia de la mente simbólica.
- ¿En qué consiste esa "aberración", esa "hipertrofia"?
- En usar símbolos continuamente. El neandertal no hubiese inventado una bandera. El cromañón, sí: iba pintarrajeado, usaba plumas, adornos...: se identificaba con símbolos. Ponía nombres a las cosas. Pintaba signos en las rocas, en los árboles... Tenía todo marcado: humanizó el terreno, lo hizo suyo.
- ¿Y con eso sobrevivió?
- Sí. Un neandertal sólo veía como de "los suyos" a los individuos de su pequeño grupito. Un cromañón, en cambio, veía a un cromañón de otro grupo, lo identificaba por sus símbolos... y establecía alianzas en territorios muy extensos y hostiles, para cooperar.
- Los símbolos nos salvaron.
- Sí. Permitieron el "factor étnico": o sea, los que tenían bandera (los cromañones) pudieron más que los que no la tenían (los neandertales).
- ¿Vivan las banderas, pues?
- No: lo que hace 30.000 años nos salvó, hoy nos pierde. El símbolo fue útil en un medio hostil y con poblaciones muy dispersas. Pero también el símbolo facilita el enfrentamiento entre grupos: hoy estamos pagando el precio de las banderas.
- ¿Somos esclavos de nuestra genética?
- En este siglo ha habido 190 millones de muertos por conceptos ideológicos, por fronteras..., por símbolos. Y nos ponemos una camiseta con unos colores de un equipo de fútbol y eso significa algo. Y escrutamos la cara del otro buscando signos. Y nos adornamos y vestimos para impresionar, ¿no?
- Es que hay que conseguir pareja...
- El sexo crea la pareja humana. El sexo crea un fuerte vínculo interpersonal entre macho y hembra..., que dará garantías de crianza con éxito del bebé. Y es esa infancia prolongada la que expandió nuestro cerebro.
- Primero el sexo, luego la inteligencia...
- La Iglesia dice que el sexo está para fecundar. Es un error científico: la especie humana es la única que no tiene periodo de celo, porque el sexo está para crear vínculo, amor, y así criar al bebé como Dios manda.

- Si podríem coger a un bebé cromañón de hace 40.000 años y criarlo en una familia de hoy, ¿qué pasaría?
- Que, de mayor, podría ser lo que quisiera, paleoantropólogo como yo o periodista como usted.
- Fascinante. Pero ese bebé viviría hoy más años que en aquella época...
- Depende. Cuando éramos cazadores-recolectores, éramos altos y longevos: la dieta era variada y la movilidad nos hacía poco endogámicos. Convertirnos en agricultores-ganaderos, hace sólo 10.000 años, permitió que fuéramos más, pero empezamos a comer sólo lo que producíamos, o sea, menos variado, y la sedentariedad generó mucha consanguinidad. Resultado: más bajitos y menos longevos.
- Pues los jóvenes son cada día más altos...
- Sí. Gracias a que los transportes nos traen alimentos variados y rompen la endogamia, puede salir de nuevo a la luz nuestra vieja herencia genética: ¡volvemos a ser muy cromañones!

El salvaje

De niño, Juan Luis Arsuaga no soñaba con ser antropólogo. "De niño, yo quería ser salvaje", dice. "Como todos de pequeños: vamos a la playa y nos ponemos a buscar bichos por las rocas... Queremos ser cazadores-recolectores, como nuestros ancestros. Luego nos meten en una escuela, nos domestican, aprendemos a caminar sobre moqueta... Pero el instinto..." Arsuaga me explica esto en su despacho de la Complutense, rodeado de grabados de cráneos de homínidos. En el cráneo de Arsuaga cabe la prehistoria entera de la especie humana. Arsuaga volverá, como cada mes de julio, al yacimiento de Atapuerca (Burgos), el más rico del mundo en fósiles humanos. Allí, Arsuaga y sus compañeros desentieran a los tatarabuelos de los neandertales.



El neandertal també era un humà intel·ligent, però no disposava "d'aquesta aberració de la intel·ligència, aquesta hipertròfia de la ment simbòlica" (en paraules del paleoantropòleg Juan Luis Arsuaga).

Explosió de símbols

Així, doncs, ***Homo sapiens és un animal simbòlic***. La ment simbòlica és una manifestació exclusiva, particular i peculiar de la intel·ligència humana, però la intel·ligència dels neandertal no va arribar a desenvolupar-la en l'extrem febril en què sí que ho va fer la nostra espècie.



Aquesta facultat simbòlica exacerbada del cervell cromanyó és el detonador de totes les construccions mentals humanes, és a dir, del que hem acabat anomenant *cultura*: llenguatge (són símbols), art (són símbols), religió (són símbols).



L'expressió de la ment simbòlica del cromanyó era present en el seu cos: portava polseres, braçalets, anells, collarets i plomes. Per què, aquesta panòplia ornamental? Per a la ment cromanyó, aquestes peces "parlen", diuen coses de qui les porta, i contenen idees o emocions per al portador. Això és una ment simbòlica. Els cromanyó que arribaven a Europa portaven penjats o cosits a la roba trossos d'asta, de vori, d'os, de petxines marines: cadascun d'aquests adornaments significava alguna cosa, tenia una funció espiritual, simbòlica.

L'home cromanyó es tatuava el cos –com encara fem: ho podeu constatar en individus de tribus que viuen com en el neolític o entre els joves urbanites de la nostra societat de masses–, cosa que tenia un sentit simbòlic (de rang, de condició, d'identitat grupal o social, d'identificació amb forces o aspectes de la natura, etc.).



© 2002 Leni Riefensthal



El cromanyó també es pintava el cos: amb cromatismes i formes podia mostrar un estat d'ànim, o pretendre la identificació amb un animal, o manifestar la pertinença a un clan, o la disposició a emprendre una missió determinada (vet aquí les "pintures de guerra", tantes vegades explicitades en la figura dels indis nord-americans a les pel·lícules de l'Oest). Quan els seguidors d'un equip de futbol es pinten la cara amb els colors del seu equip i tots entenem el que significa, estem renovant la nostra condició d'animals simbòlics, de cromanyó.



Hooligans

El cromanyó no es pinta únicament a ell mateix: també pinta el seu voltant. Va haver de marcar els territoris amb senyals visuals i pictòrics –pintant arbres, pedres, parets de roca–, possiblement amb trossos de teles pintades, com encara avui els marquem amb aquell símbol que anomenem *bandera*. El que per a un neandertal era un simple tros de tela, per a un cromanyó serà un element carregat de sentits, emocions, valors, idees, històries. Tot això en un tros de tela. Aquesta és la capacitat innata del cromanyó: la d'injectar ànima a un tros de tela, o a una pedra amb forma d'ídol. És a dir, **donar-li vida simbòlica**. Donar-li, simbòlicament, vida.

Per això, el cromanyó va donar vida al paisatge, ànima: el va animar. I hi va dialogar: el va pintar, li va donar noms, li va atorgar atributs. A la muntanya (a cada muntanya), al llamp, a la Lluna, a l'arbre, al riu, a la cova, etc.

Aquesta capacitat simbòlica és la que va portar la nostra espècie a transferir sentiments, emocions i idees a objectes i éssers de la natura. Aquesta capacitat simbòlica és la que atorga sentits a determinats animals (encarnació de valors, d'atributs, de forces, de potències) o objectes de la natura, la que carrega de valors les formes (una línia, una corba, un cercle, una creu) i els colors, que "representen" alguna cosa. Per exemple, els paleoantropòlegs han constatat que el cromanyó solia fer servir el color ocre per a cobrir els cadàvers en molts dels enterraments.

En aquest sentit, el cromanyó no pot evitar veure darrere de cada cosa "alguna cosa més". Així, estableix un univers virtual sobre l'univers natural, superposa una realitat virtual a la realitat "real": "veiem" més del que veiem (com explicava John Berger).



Podeu consultar "Els sentits de la comunicació humana" a l'apartat "Arrels de la comunicació audiovisual" d'aquest mòdul.

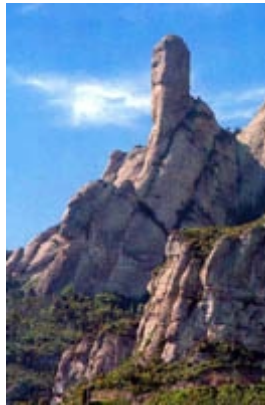


La realitat virtual no neix en el segle XX amb els ordinadors: neix fa trenta-dos mil anys, que és quan ens vam posar a pintar animals i símbols a les coves de Chauvet (França) i de mig Europa. Neix en el moment en què neixen l'art i el llenguatge.



Supervivents gràcies al símbol

L'aberrant intel·ligència simbòlica del *sapiens* és la que crea els fantasmes. És la que "veu" coses més enllà del que veu l'ull. La ment simbòlica és la que atribueix qualitats o amenaces a elements de la natura (per la forma, per la relació amb altres elements o esdeveniments). El cromanyó, el *sapiens*, antropomorfitza la natura, hi projecta qualitats humanes. Així, per a la ment humana d'un *sapiens*, el perfil d'una muntanya evoca fàcilment el perfil d'un rostre humà, el rostre d'un gegant ajagut i adormit. I podem "veure" en una estalactita la cara d'un animal. O podem veure en el pic petri vertical i cilíndric d'una muntanya un penis erecte (com des de temps immemorial van voler veure els habitants de la rodalia de Montserrat en un pic d'aquesta muntanya, el nom del qual va ser Carall Trempat –penis erecte–, si bé el tabú sexual l'ha rebatejat popularment com a Cavall Bernat).



Cavall Bernat

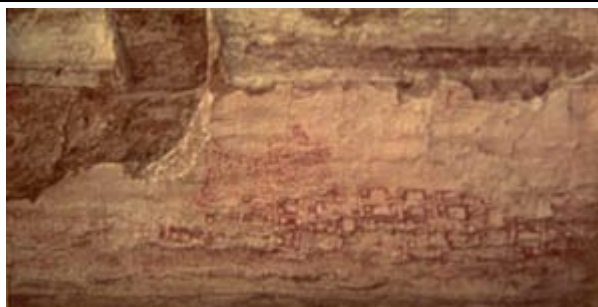
Així, el cromanyó "va animar" la natura. L'arribada del cromanyó a Europa va donar ànima al territori de la vella Europa. On el neandertal veia un arbre, una muntanya, un riu o una cova, el cromanyó veia missatges, històries, claus. On el neandertal veia un animal, el cromanyó veia un atribut (valor, ferocitat, astúcia).

Les estrelles no eren mudes per a nosaltres: significaven coses, relataven històries. La ment simbòlica de l'home *sapiens* va animar el món, el va fer parlar. La natura li parlava, i ell s'hi va posar a dialogar.



Activitat 3

- Busqueu al·lusions simbòliques en l'entorn, en edificis, obres d'art, objectes, animals, orografies, etc. Les cares de gossos, d'animals, els morros dels diferents models de cotxes, no suggereixen estats d'ànim, virtuts diverses?



Mapa procedent de les excavacions de Ga-Sur at Nuzi (Iraq).

Aquesta facultat simbòlica va donar facilitats al cromanyó. Va fer seu el paisatge. El va plasmar en mapes mentals. En mapes ja no solament mentals, sinó també materials: mapes genuïns, amb territoris representats amb varetes de joncs i nusos, branques nuades o sèries de línies gravades en pedres.

El cromanyó va fer que els accidents geogràfics prenguessin personalitat, identitat, que fossin antropomorfitzats, "animats" amb noms diferenciats. El cromanyó va humanitzar el terreny, el va representar, el va dominar.



Aquest poder simbòlic (més una tecnologia nova en la fabricació d'eines de pedra, l'aurinyaciana), li va donar avantatges per a sobreviure en aquest terreny quan va esdevenir el cataclisme: el fred glacial de fa trenta mil anys.



I el cromanyó va sobreviure, va resistir, mentre que el neandertal no ho va poder fer, tot i estar anatòmicament més ben adaptat al fred que el cromanyó.



Comparació entre els cranis d'un *Homo sapiens* cromanyó (esquerra) i d'un *Homo Neanderthalensis* (dreta).

Arsuaga: "Un varón neandertal era un coloso de 90 kilos y 1,60 metros de alto, muy compacto, muy fuerte y de piel más blanca que un cromañón. Un cromañón era más alto (hasta 1,80 m), más estrecho de cadera, más grácil, más débil... Se sentían diferentes y competían por la caza y los asentamientos".

La superioritat tecnològica del cromanyó (ja dominava els punxons i les agulles fets d'os: els seus vestits de pells devien ser més eficaços que els dels neandertal) va ajudar a la supervivència, però, sobretot, ho va fer la capacitat simbòlica: li oferia la comprensió de l'entorn (fins i tot donava un sentit als ritmes i els períodes celestes), li permetia de dominar-lo. I li donava una cosa més:



la capacitat simbòlica dels cromanyó –expressada en adornaments, símbols pintats, tatuatges– els permetia d'identificar-se entre si i, per tant, pactar acords de cooperació. Els permetia, en suma, la comunicació. El cromanyó va sobreviure perquè es comunicava.



Aquesta capacitat comunicativa va ser decisiva per a la nostra supervivència.

Quan un individu d'un clan neandertal veia un altre individu d'un altre clan neandertal, el veia com un estrany, no hi projectava emocions de proximitat, no el "reconeixia". En canvi, un cromanyó, quan veia un altre cromanyó desconegut, identificava un semblant, recognoscible visualment pels adornaments, les pintures i altres símbols. D'un altre clan, però semblant: podien pactar, cooperar (o no: però es "reconeixien").

En un territori tremendament fred i hostil –com el d'Europa durant aquella glaciació– i amb una densitat de població baixíssima, el fet que els cromanyó compartissin aquesta inclinació pels símbols va resultar decisiu: tenien capacitat per a comunicar-se, per a cooperar. Va ser decisiu per a sobreviure. És el que Arsuaga anomena "**el factor ètnic**" (o la **capacitat per a crear banderes**). Els neandertal no havien desenvolupat aquesta capacitat, i amb el seu físic portentós no en van tenir prou per a resistir.

En suma, l'espècie humana *sapiens* –ja l'única espècie humana sobre la Terra– és una espècie fundada en el símbol, en la comunicació audiovisual. A partir d'aquell moment de supervivència, tota la història de la nostra espècie està enredada amb la capacitat per a l'expressió audiovisual, per mitjà de les arts, el llenguatge i les tecnologies successives.



Sobre la ment simbòlica humana i de com això determina l'existència actual de la nostra espècie és insuperable la lectura del capítol 9 –i últim– i de l'epíleg (en total, pàgines 265 a 298) del llibre de Juan Luis Arsuaga (1999), *El collar del neandertal* (Madrid: Temas de Hoy).



El collar de neanderthal, Juan Luis Arsuaga

Y el mundo se hizo transparente

Ya en las sociedades míticas señalaba Mircea Eliade que el hombre escucha al mundo porque éste no es mudo, sino que dice cosas, es significativo, inteligible, y, para descifrar su lenguaje –estructuras, objetos, vida, ritmos–, recurre a los símbolos. Mediante esta comunicación en la misma clave simbólica, la naturaleza revela los misterios-realidades: «si el mundo le habla a través de sus astros, sus plantas y sus animales, sus ríos y sus rocas, sus estaciones y sus noches, el hombre le responde mediante sus sueños y su vida imaginaria... Si el Mundo es transparente para el hombre arcaico, éste siente que él también es "mirado" y comprendido por el Mundo. La caza le mira y le comprende..., pero también la roca o el árbol o el río. Cada uno tiene su "historia" que contar un consejo que dar».

Eduardo Martínez de Pisón, *La protección del paisaje. Una reflexión*

Una geografía cordial

De repente, por sorpresa, nuestra tierra, la vieja Europa, se llenó de alma: se animó. Las rocas, los ríos, el mar, los árboles y los seres animales, y más arriba, las nubes, el sol, la luna y las estrellas, se dirigieron al hombre y le hablaron a través del viento. Después de tanto tiempo de existencia, hallaron por fin a alguien que entendiera su mensaje, y le contaron sus historias: algunas tiernas, otras terribles. Pero el hombre encontró en la naturaleza su aliada, una madre que le guiaba en sus afanes para sobrevivir en un clima muchas veces hostil. El ritmo de las estaciones y el comportamiento de los animales tenían por fin una explicación: era posible entender los fenómenos naturales y predecirlos.

Millones de años después de que los primeros homínidos alcanzaran el dominio del arte de leer la mente de sus congéneres, los humanos aprendieron a leer también la mente de la naturaleza, que se volvió transparente a sus ojos. La cabeza del águila expresa orgullo y fiereza, dijeron; cada especie tiene su carácter. El gran arco natural de piedra se convirtió en el puente de unos gigantes de leyenda. Otras formas del paisaje sugerían animales míticos, petrificados para siempre, y compañeros eternos del hombre: pobladores de su mismo mundo. Hasta el cielo estrellado era un gran fresco lleno de historias.

Y el hombre aprendió a contarlas y transmitir las, junto al fuego, de una generación a otra, y a reproducirlas en las paredes de las cuevas, o en las rocas al aire libre, y a transportarlas consigo en pequeñas placas y en estatuas hechas de piedra, o con trozos del cuerpo de los animales: hueso, asta, marfil. De este modo el paisaje se llenó de símbolos y, por vez primera, el hombre dejaba su impronta sobre la naturaleza. Algo había cambiado para siempre en el planeta.

En su mundo, poblado de seres míticos, el hombre se sentía arropado y guiado; la vida y la muerte tenían ahora un sentido. Por fin ya no estaba solo. La comunión entre el hombre y los animales era tan íntima que los primeros se sabían hijos de los segundos y cada grupo tenía su tótem protector. Aquellos humanos que aprendieron, por primera vez en la historia, a escuchar a la naturaleza, éramos nosotros. El viejo Shakespeare dio en el clavo: estamos hechos de sueños.

Datos para una historia

Los psicólogos que han estudiado a los chimpancés observan un cierto paralelismo entre ellos y nosotros en el aprendizaje que dura sólo hasta los dos años y medio de vida. A partir de ese momento la brecha se hace más y más profunda, para finalmente llegar a ser un verdadero abismo. Aunque los pequeños chimpancés siguen progresando en el aprendizaje de nuevas palabras al menos hasta los cinco años, los niños lo hacen a una increíble velocidad, y además construyen cada vez mejor las frases. Con ellas dan muestras de ir descubriendo la naturaleza del mundo en el que viven, cuál es su propia posición dentro él y cómo lo perciben. También van entendiendo mejor a los demás humanos y anticipando sus acciones y reacciones; se sirven para ello de un eficaz truco, a saber: mirar el mundo desde el punto de vista del otro. De este modo, gracias a su asombrosa avidez de información nueva, y a la capacidad de asimilarla, los niños se van haciendo cada vez más socialmente conscientes.

Los neandertales no eran mentalmente como nuestros niños de dos años y medio. En realidad, su desarrollo era

fisiológicamente muy parecido al nuestro. Para empezar nacían en un estado de madurez similar al de un niño moderno, y desde luego mucho más retrasado que el de los chimpancés. A los dos años y medio habían recorrido esencialmente el mismo camino para llegar a ser adultos que nosotros a la misma edad. Y después seguían creciendo, y continuaban aprendiendo de sus mayores, exactamente igual que nuestros niños. Sus actos estaban llenos de consciencia, de propósito, cuando tallaban la piedra, encendían fuego y enterraban a sus muertos.

Los neandertales eran una especie contemporánea de la nuestra hasta que desaparecieron hace menos de 30.000 años. Nunca fueron una especie anterior, más antigua, más arcaica. Pertenecían a nuestro mismo tiempo, no al de nuestros remotos antecesores. Pero los antepasados de los neandertales, en el Pleistoceno Medio, como los nuestros de la misma época, también realizaban actos conscientes, así como los antepasados comunes de humanos modernos y de neandertales, y también el *Homo erectus* y el *Homo ergaster*. Incluso puede que lo hiciera, en alguna medida, el *Homo habilis*.

La expansión cerebral, en términos absolutos y relativos, la existencia de diferencias entre los dos hemisferios, la presencia de un área de Broca prominente, el desarrollo del lóbulo frontal, la preferencia en el uso de un lado del cuerpo sobre el otro, son datos biológicos que indican, de una forma indirecta, unas capacidades cognitivas próximas a las nuestras, aunque sólo sea porque cuanto más se parecen dos estructuras más tentados estamos de creer que funcionen de modo semejante. Sin embargo, la función de un órgano sólo se conoce directamente por sus productos, y el del cerebro es el pensamiento, que se expresa (y quizás también se construye) a través del lenguaje.

Desgraciadamente, es difícil saber a partir del registro paleontológico y del arqueológico qué homínidos fósiles tenían lenguaje, porque la única prueba verdaderamente directa de su capacidad para comunicarse por medio de símbolos sería uno de estos símbolos fosilizados. Naturalmente, no en forma de una palabra escrita, pero sí de algo que sólo tuviera sentido (significado) en clave simbólica, o que exigiera tal nivel de planificación y acuerdo que no se concibiera sin largas conversaciones entre personas.

Noble y Davidson encuentran la prueba más antigua del lenguaje en el poblamiento de Australia, que exigió sin duda una larga travesía marítima. Construir balsas o barcos implica, desde luego, tener un objetivo y compartirlo con otros. Los primeros humanos que pusieron el pie en Australia eran miembros de nuestra propia especie, y eso ocurrió hace 40.000 años, y quizás algunos miles más, hasta 60.000 años como mucho. No se ha podido demostrar la existencia de otra travesía marítima anterior en ninguna parte, aunque hay cierta evidencia, bastante débil por otro lado, de que la isla de Flores, en Indonesia, fue poblada hace 800.000 años.

Cualquier forma de planificación económica a muy largo plazo también implica lenguaje. Por eso se discute si había diferencias importantes entre la economía de los neandertales y la de los cromañones. Se ha dicho que los primeros cazaban y recolectaban lo que se encontraban en su medio, simplemente, como haría cualquier animal que vive, o sobrevive, al día. Los cromañones, sin embargo, conocedores de antemano de los cambios estacionales de los recursos, se moverían mucho más libremente por territorios muy amplios, cambiando de medio en cada temporada para aprovechar los desplazamientos de los herbívoros y los diferentes productos vegetales de los distintos ecosistemas. Tendrían un detallado mapa mental, ya que cuando la montaña no va a Mahoma, es necesario que Mahoma vaya a la montaña. Su actividad estaba, en definitiva, encaminada a obtener el máximo rendimiento de la naturaleza en cualquier época del año. En cierto sentido se basaría en los mismos principios que rigen la agricultura y la ganadería, y que se pueden resumir en el conocimiento de los ciclos de la vida. Los cromañones serían, según esto, los primeros biólogos.

Está, finalmente, el caso de los enterramientos, un comportamiento simbólico y ritual donde los haya, pero que, como hemos visto, despertó acalorados debates.

Si es verdad que consciencia y lenguaje están indisolublemente unidos, hay en mi opinión lenguaje al menos desde el *Homo ergaster*. Las modernas técnicas de tomografía computarizada (TAC) han permitido estudiar mejor el alcance de las lesiones cerebrales de los pacientes que presentan afasia (incapacidad para hablar). La cartografía cerebral y la tomografía de emisión de positrones permiten conocer qué regiones de la corteza cerebral se activan cuando se habla o cuando se escucha. Los resultados a los que se va llegando indican que no existe un órgano biológico para el lenguaje como tal, aislado de las demás regiones del cerebro, sino que se observan amplias conexiones de las áreas de Broca y de Wernicke entre sí, con otras regiones del neocórtex y también con estructuras profundas y filogenéticamente muy antiguas del cerebro. Es posible que algún día se llegue a desentrañar la naturaleza de las relaciones entre los procesos cognitivos y el lenguaje, y alcancemos a saber hasta qué punto están unidos, pero hoy todavía no se puede dar la discusión por zanjada.

Hasta aquí me he esforzado por presentar en este libro, de una manera resumida y lo más rigurosa posible, las evidencias de que se dispone para abordar el más arduo de todos los problemas de la evolución humana: el despertar de la consciencia, lo propio del hombre. Con todos los datos recogidos elaboraré a continuación, en este capítulo final, mi particular relato de cómo ocurrieron las cosas.

La frontera del Ebro

Quizás el primer lugar donde neandertales y humanos modernos se vieron las caras fue en Israel, una tierra muy cercana a África con la que está conectada a través de la Península del Sinaí. Allí, en Israel, se han encontrado

numerosos esqueletos en dos enterramientos múltiples a los que hemos hecho referencia en repetidas ocasiones: Skhul, un abrigo rocoso en el Monte Carmelo, y Qafzeh, una cueva próxima a Nazaret. La edad de estos esqueletos (los más antiguos de la historia) se sitúa alrededor de los 100.000 años, y su anatomía no deja lugar a dudas, ya que indica una constitución moderna, aunque con unos toques arcaicos; por ejemplo, algunos cráneos tienen aún rebordes óseos (toros) sobre los ojos. Podemos llamarlos por eso protocromañones. Además, en la forma de sus caderas y en el grosor de los huesos del cráneo y de las extremidades los humanos de Skhul y Qafzeh son radicalmente modernos y bien distintos de los neandertales.

Muy cerca del abrigo de Skhul, a unos cuantos cientos de metros, está la cueva de Tabun. En ella se ha encontrado un esqueleto femenino muy completo y una mandíbula aislada. Esta última tiene aproximadamente la misma edad que los protocromañones de Skhul y Qafzeh, aunque no está muy claro si es de un humano similar o de un neandertal; hoy en día se tiende a pensar lo primero. El esqueleto es de una mujer neandertal, pero su edad geológica no es segura y probablemente sea muy posterior. Parece, por lo tanto, que los protocromañones llegaron a la región, desde África, hace unos 100.000 años o más, y no encontraron allí a los neandertales.

Sin embargo, se han descubierto restos neandertales en la cueva de Amud y de Kebara, ambas también en Israel, con una edad en torno a los 60.000 años; la mujer de Tabun podría tener aproximadamente la misma antigüedad. No se han hallado, hasta la fecha, humanos de tipo moderno de esa misma época en la región, lo que hace pensar que, en la expansión que llevó a los neandertales desde Europa hasta Asia Central y Oriente Próximo, los protocromañones fueron sustituidos en Israel. O tal vez ya se habían ido. En todo caso, los neandertales, a lo largo de toda su área de distribución, así como los protocromañones de Israel, empleaban el mismo tipo de talla, el Musteriense, lo que indica que había entre ellos al menos «relaciones culturales». Unos y otros compartían el uso del fuego y la práctica del enterramiento, lo que podría indicar que formaban parte de la misma «noosfera» en el sentido de Teilhard de Chardin.

El siguiente acto de este drama tiene como escenario Europa, y el momento elegido es hace 32.000 años. La práctica totalidad del continente está entonces ocupada por humanos modernos, hombres de Cro-Magnon. Éstos confeccionan un utillaje nuevo y muy variado, con instrumentos como los raspadores, los buriles, los perforadores, las hojitas, etc., que se producían retocando delgadas y largas láminas de piedra, extraídas a su vez de núcleos marcadamente prismáticos. Con este instrumental lítico fabrican además puntas de azagaya en asta, hueso o marfil, que emplean para la caza. Como dice Marcel Otte, los hombres vuelven contra los animales sus propias armas: el cuerno y la defensa. Todas éstas son las manifestaciones de un nuevo modo técnico, que ha surgido en alguna otra parte y ha llegado a Europa, o que se ha desarrollado en ella: el Modo IV o Paleolítico Superior. El primer tecnocomplejo del Paleolítico Superior es el conocido como Auriñaciense.

Y por si esto fuera poco, hay en ese mismo tiempo, hace 32.000 años, expresiones simbólicas espectaculares, el llamado arte paleolítico, como los frisos de pinturas de la cueva Chauvet (en Francia), las estatuillas de animales en marfil de Vogelherd (Alemania), y la quizás más sorprendente de todas, precisamente por su simbolismo, la de un ser mitad humano/mitad león tallada en marfil en Hohlestein-Stadel (Alemania). Por otro lado, en el yacimiento alemán de Geissenklösterle y en el belga del Trou Magrite hay esculturas que podrían ser aún más antiguas y rebasar largamente los 32.000 años.

¿Qué ha sido entretanto de los neandertales que pocos miles de años antes eran señores absolutos de Europa, Asia central y Oriente Próximo? A estas alturas, hace 32.000 años, han perdido mucho terreno. Los últimos neandertales bien datados son los de la Península Ibérica, que parecen ocupar todavía la totalidad de la misma excepto su franja norte. El arqueólogo portugués João Zilhão llama a este límite geográfico entre cromañones y neandertales la frontera del Ebro, y a grandes rasgos coincide con la que en su momento vimos que separaba dos grandes regiones biogeográficas: la verde Iberia eurosiberiana y la más parda Iberia mediterránea. Esta coincidencia no es, según Zilhão, casual. Los cromañones pertenecerían a los ecosistemas del norte, los del mundo eurosiberiano, o sea, los bosques brumosos en los que vive el ciervo, el jabalí y el corzo, pero también las estepas en las que pastan las grandes manadas de caballos, los renos, los mamuts y los rinocerontes lanudos, incluso los antílopes saigas y los bueyes almizcleros. Y además, en bosques y praderas hay toros y bisontes, y en los roquedos, cabras y rebecos.

Los cromañones llegaron a Europa hace 40.000 años o más, pero se adaptaron bien al frío, el hielo, la nieve y la niebla. Los neandertales ibéricos, mientras tanto, continúan ligados al bosque perenne de la encina y del alcornoque, sin fauna ártica ni quizás bisontes. Este equilibrio finalizará cuando la ola de frío que se extiende como un viento helado por toda Europa llegue hasta los últimos confines de Iberia, altere drásticamente los ecosistemas mediterráneos y destruya el mundo de los últimos neandertales ibéricos. Entonces los cazadores de caballos empujarán a los neandertales hasta el mar.

Este escenario, esta historia, tiene el gran atractivo de que relaciona a los seres humanos con su medio. También tiene pruebas cronológicas, fechas, que lo apoyan. Por otro lado queda mucho por investigar en torno a los datos ecológicos en que se basa. Finalmente hay una enorme paradoja que entender, la de que los neandertales, unos humanos evolucionados en un continente alejado del Ecuador y adaptados al frío, fueran sustituidos por unos humanos recién llegados de África.

Desde el punto de vista de la Historia con mayúsculas, podemos decir que sabemos lo que pasó. Los neandertales fueron sustituidos por los humanos modernos. Tal vez hubo casos de mestizaje, pero no se dieron en una cantidad

suficiente como para que sus genes hayan llegado hasta nosotros. Nada me haría tanta ilusión como llevar en mi sangre una gota siquiera de sangre neandertal, que me conectase con esos poderosos europeos de otro tiempo, pero temo que mi relación con ellos es sólo sentimental.

Sin embargo, no se acaba todo en este sumario relato de reemplazamiento y extinción, porque para entender la Historia con mayúsculas, para saber qué ocurrió realmente, cómo se produjeron los hechos y cuáles fueron las causas, en resumen, para llegar hasta los entresijos de la Historia (la *intrahistoria* de Unamuno) es necesario conocer, con el mayor detalle posible, las múltiples historias, con minúsculas, que tuvieron lugar aquí y allí. Y ocurre que casi 85 años después del libro de Obermaier, esas claves de la Historia están siendo descifradas en la Península Ibérica por científicos españoles y portugueses.

Al sur del Ebro no hay, en efecto, yacimientos con niveles auriñacienses de más de 30.000 años. Son todos más modernos y además presentan características evolucionadas respecto del primer Auriñaciense que se encuentra en Europa. Por el contrario, se conoce ya un puñado de yacimientos musterienses en torno a esa fecha, los 30.000 años, o aún algo más modernos: Cova Negra (Valencia), Cova Beneito (Alicante), Carihuela (Granada), Zafarraya (Málaga), y los yacimientos del litoral portugués de Figueira Brava, Lapa dos Furos, Pedreira das Salemas, Gruta do Caldeirão y, con dudas en la datación, Gruta Nova da Columbeira. La misma cronología tardía para el final del Musteriense podría muy bien darse en otros lugares, como la Cueva Bajondillo (Málaga), la cueva de Pêgo do Diabolo (Portugal) o la Cueva de Gorham en Gibraltar, en el extremo más meridional de la Península. Es importante añadir que varios de los yacimientos españoles han sido además asignados, por el contenido en polen o por la geología, al comienzo de la última gran pulsación fría, confirmando que los últimos neandertales ibéricos se extinguieron cuando el deterioro climático alcanzó al litoral mediterráneo y atlántico.

Aunque hay evidencia sobrada, a tenor de lo dicho, de que el final del Musteriense es tardío en las templadas tierras de Levante, Andalucía y Portugal, aún no sabemos, por falta de yacimientos bien datados, cuándo penetraron los auriñacienses en las altas y más frías tierras del interior peninsular, pero hay un yacimiento musteriense en Burgos, llamado Cueva Millán, datado en 37.000-35.000 años y otro en Guadalajara (Jarama VI) que tiene una fecha aún más moderna, en torno a los 30.000 años, para el Musteriense final. Es interesante añadir que no sólo no hay en Cueva Millán fauna ártica, sino que se encuentra rinoceronte de estepa, ya extinguido en otras partes de Europa a causa del frío. Dado que la meseta castellana es un poco intermedia ecológicamente entre las dos Españas, podría suponerse que el cambio de faunas, y la llegada de los auriñacienses, se produciría en ella antes que en las proximidades del litoral mediterráneo, al sur del Ebro, y del litoral atlántico, al sur del Duero, pero eso está aún por verse.

Si los auriñacienses no hacen acto de presencia en la Iberia mediterránea hasta hace 30.000 años (o más), parece que ya están bien asentados en la franja cantábrica y en Cataluña 10.000 años antes de esa fecha. Los yacimientos que lo prueban son L'Arbreda y el Reclau Viver (Gerona), el Abric Romaní (Barcelona) y El Castillo (Cantabria). Es curioso que no haya fechas más antiguas para el Auriñaciense en el resto de Europa, salvo algunas dudosas en Bulgaria. Todo parece indicar que la colonización de Europa por los hombres de Cro-Magnon fue muy rápida, en torno a los 40.000 años, pero que no acabó inmediatamente con los neandertales, sino que después hubo un largo periodo de coexistencia, con las poblaciones de cro-mañones y neandertales más o menos en contacto.

Hay dos formas de imaginar esta coexistencia, que escenifico en mis conferencias con las dos manos abiertas, una para los neandertales y otra para los cromañones. Un posible modelo se expresa con las yemas de los dedos de las dos manos tocándose; ése sería el caso de la frontera del Ebro y quizás también el de las otras penínsulas mediterráneas, la itálica y la balcánica (incluso la de Crimea, en el mar Negro): cromañones al norte y neandertales al sur. El modelo alternativo se expresa con los dedos cruzados, y podría corresponder a la Europa no mediterránea, la eurosiberiana, donde se entremezclarían poblaciones de neandertales y cromañones durante miles de años. En la propia franja norte de España hay un yacimiento, la Cova dels Ermitons (Gerona), que sugiere que los musterienses, los neandertales, podrían haber persistido aislados varios miles de años después de que llegaran a Cataluña los primeros cromañones auriñacienses.

En Francia hay una serie de yacimientos en los que se ha encontrado una variante del Paleolítico Superior que lleva el nombre de Chatelperroniense (igualmente llamado Castelperroniense en nuestro país). También se configuran los útiles sobre láminas alargadas, e igualmente se usa el hueso para fabricar puntas de azagaya y agujas, y el marfil para hacer adornos. A este lado de los Pirineos se encuentran industrias chatelperronienses en los yacimientos guipuzcoanos de Ekain y Labeko Koba y en los montañeses de Cueva Morín y El Pendo. Lo más apasionante es que hay un par de yacimientos franceses en los que se han podido recuperar restos humanos asociados al Chatelperroniense. Uno es el de Saint Césaire y ha proporcionado gran parte del cráneo y la mandíbula de un neandertal, que por cierto es de tipo totalmente «clásico», es decir, sin ningún rasgo moderno o intermedio. El otro yacimiento es la Cueva del Reno, en Arcy-sur-Cure, y en él se han rescatado restos humanos muy fragmentarios, pero que también se identifican como neandertales. Además, en este último yacimiento hay, asociados a los útiles chatelperronienses, dientes y huesos perforados o con surcos, es decir, preparados para ser colgados, y cuentas y anillos de marfil, junto con fósiles marinos que también se utilizaron para el adorno personal. Esta es una noticia sorprendente y que da lugar al título de este libro: los neandertales de la Cueva del Reno llevaban collares. Hay otro yacimiento chatelperroniense francés, el de Quinçay en el que también se encontraron dientes (en número de seis) perforados por la raíz. Industrias en cierto modo paralelas a las chatelperronienses, y que también podrían interpretarse como del Modo IV (Paleolítico Superior) pero hechas por neandertales, se

encuentran en Italia (donde reciben el nombre de Uluzziense), en Europa central (Szeletense), en Bulgaria (Bachokiriense), y en otras partes de Europa.

Hay en la actualidad un gran interés por conocer con detalle las fechas de todas estas primeras manifestaciones del Paleolítico Superior que, en conjunto, se extienden desde hace 40.000 años hasta hace 30.000 años. Muchos autores consideran que los yacimientos chatelperronienses son todos posteriores a los primeros yacimientos auriñacienses, y que los neandertales aprendieron a fabricar sus instrumentos, y a adornarse, de los hombres de Cro-Magnon. En tres yacimientos, los abrigo de Le Piage y Roc-de-Combe (suroeste de Francia) y la cueva del Pendo, se ha creído ver que el nivel chatelperroniense estaba intercalado entre un nivel auriñaciense, en posición inferior, y otro nivel auriñaciense superior, como si después de llegar por primera vez los cromañones, éstos hubieran sido sustituidos durante un tiempo por los neandertales, para finalmente volver los cromañones y quedarse para siempre en la región. Sin embargo, estas tres presuntas interstratificaciones del Chatelperroniense entre niveles auriñacienses han sido puestas en duda con argumentos dignos de ser tenidos en cuenta. De hecho, hay quien cree que el nacimiento del Chatelperroniense fue anterior al del Auriñaciense, y que fueron los neandertales los inventores del Modo IV (Paleolítico Superior), mientras que los recién llegados cromañones serían unos meros imitadores. Por eso, se argumenta, no hay fuera de Europa un Modo IV de época anterior que indique que los cromañones vinieron ya con este tipo de industria desarrollada. Como una última posibilidad a considerar, cromañones y neandertales podrían haber evolucionado técnicamente de forma paralela o influyéndose mutuamente.

Haría falta pues encontrar fuera de Europa conjuntos más antiguos del Paleolítico Superior para que quedase demostrado que fueron importados por los hombres de Cro-Magnon. El mejor sitio para mirar es África, de donde se piensa que proceden los humanos modernos, pero todavía hay poca información sobre este continente. No obstante, se han apuntado ya algunos indicios que no son aún definitivos: unas cuentas hechas hace 40.000 años con cáscara de huevo de avestruz en el abrigo de Enkapune Ya Muto en Kenia, industria en hueso de hace entre 80.000 y 95.000 años en la Cueva Blombos (Sudáfrica), e incluso arpones dentados de hueso de la misma edad en Katanda (República Democrática del Congo).

Puestos a dudar, podríamos también hacerlo de que los autores de la primera industria auriñaciense del norte de España fueran los cromañones. ¿No podrían haberlo sido los neandertales? Federico Bernáldez de Quirós y Victoria Cabrera, que trabajan en el yacimiento clásico de El Castillo (que excavó Obermaier entre 1910 y 1915), no ven ninguna diferencia entre la economía, o sea, el modo de vida, de los ocupantes musterienses de la cueva (los neandertales), y el de los ocupantes de los niveles auriñacienses inmediatamente superiores, esos que están datados en unos 40.000 años. También aprecian mucha continuidad en el utillaje lítico. ¿Se trataría de las mismas gentes? En l'Arbreda, por el contrario, mientras que la industria musteriense es casi toda en cuarcita, la auriñaciense se talla en sílex importado.

En realidad no tenemos aún buenos restos humanos de esa primera época auriñaciense para despejar totalmente la incógnita. Los más antiguos restos humanos auriñacienses son los de Mladec, en Moravia (República Checa), y son humanos modernos; su edad está probablemente en torno a los 32.000 años, es decir, más o menos la de las primeras manifestaciones bien datadas del arte figurativo, cuando todavía quedaban neandertales al sur del Ebro, y quizás también en otros puntos del Mediterráneo europeo. Los fósiles humanos modernos de Brno, en la misma región de Moravia, quizás tengan una cronología próxima, aunque no aparecieron asociados a industria. Un frontal moderno procedente de Hahnöfersand (Alemania), si bien fue encontrado sin contexto, se ha datado directamente en algunos miles de años más. Los propios fósiles de Cro-Magnon podrían ser contemporáneos de los de Mladec o tal vez algo posteriores (auriñacienses tardíos), en torno a los 30.000 años. Después de esa fecha sí que hay numerosos restos humanos en Europa, que son todos de tipo moderno y están asociados a los tecnocomplejos postauriñacienses, llamados Gravetiense, Solutrense y Magdaleniense. Un aspecto a destacar para nuestra historia es la diferencia ecológica entre los neandertales chatelperronienses franceses y los humanos modernos auriñacienses de Moravia, por un lado, y, por el otro, los neandertales contemporáneos del Mediterráneo: aquéllos convivían con renos, mamuts y rinocerontes lanudos, una fauna fría que éstos no conocían.

De todos modos, en el periodo que va entre hace 40.000 y hace 30.000 años no parece que los mamíferos típicos de la fauna ártica fueran todavía comunes en todo el norte peninsular al norte del Ebro; tan sólo se detectan en Guipúzcoa, que por su posición geográfica ha sido en los momentos glaciares casi un apéndice de Aquitania. La llegada a Europa de los cromañones, y su larga coexistencia de al menos 10.000 años con los neandertales se produjo al final de un interstadial (el OIS 3 de la escala isotópica marina); es decir, en una fase relativamente más cálida y húmeda entre las dos pulsaciones o estadios más fríos y secos de la última glaciación. El máximo glaciar anterior a la llegada de los cromañones (el OIS 4) lo pasaron los neandertales solos, y al comienzo del posterior (el OIS 2), que fue todavía más crudo, desaparecieron los últimos neandertales mediterráneos. No hay que perder de vista, en cualquier caso, que un interstadial es siempre un tiempo más frío que un interglaciar, o periodo cálido entre glaciaciones. El actual (OIS 1) es, por ahora, el último interglaciar.

Éste es el estado actual de los conocimientos, que yo prefiero interpretar en los siguientes términos, que son compartidos por la mayoría de los autores: los humanos modernos fueron desde el principio los autores de la industria auriñaciense. Los neandertales de ciertas áreas habrían aprendido de los cromañones, y reproducirían a su manera las mismas técnicas de talla de la piedra, el uso de materiales de origen animal, y el gusto por el adorno personal. Otros neandertales, al sur del Ebro, permanecerían sin cambios en su cultura hasta el final de su existencia, que coincidió con un recrudescimiento glaciar y el gran cambio ecológico que trajo consigo.

Como puede verse, necesitamos precisar todos estos datos, conocer mejor los pequeños detalles, a escala regional, para entender completamente y de una manera fehaciente qué fue lo que acabó con los neandertales.

El color del brezo

Junto con los soportes habituales para las representaciones llamadas artísticas, consistentes en paredes de roca o en lajas de piedra, y también hueso, asta y marfil (seguramente también madera, aunque no se haya conservado), los hombres de Cro-Magnon utilizaban otro soporte muy especial: su propio cuerpo. Sin duda se pintarían, aunque esta evidencia no ha perdurado, como es lógico. Hay enterramientos en los que parece haberse espolvoreado abundantemente el ocre rojo, el color de la sangre. Sin embargo, el ocre tiene excelentes propiedades bactericidas y serviría también para cuidar el cuero y las pieles que llevarán puestas los hombres prehistóricos, con lo que no está del todo claro si se pintaban el vestido o el cuerpo, y, en el primer caso, con qué finalidad lo hacían. Incluso es posible, pero no seguro, que los neandertales también usaran el ocre rojo en sus enterramientos (como en el caso de Le Moustier) o para pintarse en vida, ya que se han encontrado en muchos casos bloques de hematites en sus yacimientos. Sólo en el tiempo que corresponde al nivel X de la Cueva del Reno, el que tiene la mayor cantidad de objetos de adorno (24 en total), los neandertales introdujeron en el lugar más de 18 kg de ocre rojo.

Lo que sin duda es característico y nuevo de los cromañones es la abundante presencia de objetos de adorno personal, que pendían del cuello, se ensartaban en collares, cinturones, brazaletes y pulseras y se cosían a las pieles del vestido o al gorro. Estos objetos decorativos son muy diversos y no siempre es fácil establecer una separación nítida con las piezas del llamado arte mueble, que también se transportaban a veces colgando. Podríamos establecer la diferencia teórica de que los adornos pertenecían a los individuos y el arte mueble a la colectividad, pero muchas de las famosas Venus paleolíticas, las estatuillas de mujeres abundantes en carnes que son tan características del periodo gravetiense, probablemente iban suspendidas del cuello de los cromañones. Hace entre 28.000 y 20.000 años en un extensísimo territorio que iba desde los Pirineos hasta Siberia se podían ver seres humanos con esas Venus (que, curiosamente, faltan en la Península). La propias Venus muestran esculpidos ornamentos del tipo de collares, brazaletes, tocados, etc.

Las gentes del periodo magdaleniense decoraban también profusamente los objetos utilitarios, como los propulsores o los llamados «bastones de mando», que tenían un agujero y servían para enderezar las puntas de las azagayas. Estas puntas se fabricaban a partir de tiras extraídas de astas de cérvido o de huesos que tenían una curvatura natural que había que corregir, como se ha visto en poblaciones modernas. Kaj Birket-Smith, el estudioso de los Inuit (esquimales), nos cuenta a este respecto: «Para los tratadistas de la prehistoria es de considerable interés saber que las puntas de hueso se elaboraban reblandeciendo primero esta materia en agua caliente y enderezándola luego y dándole forma conveniente por medio de un utensilio hecho de un trozo de cuerno de reno provisto de uno o varios agujeros.» Es seguro que los propulsores y los «bastones de mando» más ornamentales fueron sobre todo objetos de prestigio, con significado simbólico para todo el grupo o tal vez propiedad exclusiva de algunos individuos de elevada posición social. En ese último caso formarían parte también de la «imagen» de una persona en particular.

Muchas veces los objetos de adorno eran restos animales, como caninos de zorro o de ciervo, incisivos de bovino o de cérvido, o conchas de moluscos, que a veces se encuentran en yacimientos muy alejados del mar. Los enterramientos de la Liguria italiana se caracterizan por la abundancia de conchas, y en el propio nivel auriniense antiguo del yacimiento de l'Arbreda se han rescatado ocho, una de las cuales tenía dos orificios para ser colgada. Por cierto, que contra lo que suele verse en las películas, no eran los grandes caninos de los fieros osos, leones o leopardos, ni siquiera los de los lobos, los que más adornaban a los cromañones europeos; al norte de los Pirineos, los caninos más populares eran los modestísimos del zorro polar (más pequeños aún que los del zorro común), perforados en la raíz para ser ensartados. También los neandertales chatelperronienses de la Gruta del Reno y de Quinçay los llevaban. Parece que veían en esta especie de color de pelo variable (es blanco en invierno y marrón-gris en verano) algo que la hacía especial y le confería un gran valor simbólico que se nos escapa, porque el zorro polar no tiene valor comestible ni un aspecto terrible, aunque tal vez se utilizaran sus pieles.

Pero a veces se trabajaba mucho más en el adorno corporal, como en el caso de las cuentas, que podían ser de hueso, marfil, asta de ciervo, o piedra blanda. Las cuentas, al ser tan pequeñas y numerosas, suponen la máxima inversión de tiempo. También se fabricaban en los mismos materiales diversos tipos de colgantes, tallados y decorados muy artísticamente en ocasiones. Hay un enterramiento triple en Sungir, Rusia, de hace 28.000 años, que se lleva en esto la palma. Los muertos son un adulto de unos 60 años y dos adolescentes, chico y chica. El número de objetos de adorno que portaban encima es apabullante, y supone muchísimas horas de trabajo, que se cuentan por miles. El ornamento de estos habitantes de la estepa era mucho más laborioso que el de los habitantes de la Liguria, que disponían de cuantas conchas pudieran necesitar y nada más tenían que ensartarlas. Sólo de cuentas de marfil de mamut cosidas al traje y gorro de piel, el adulto de Sungir tenía 3.000, el chico 5.000 y la chica aún algunas más. Además, el chico portaba un cinturón con 250 caninos de zorro polar, y había muchos otros objetos, como brazaletes, colgantes, azagayas, bastones de mando, etc., asociados a los tres cuerpos, que harían la lista interminable.

La función de los elementos de adorno no era, sólo, la puramente estética, o decorativa, sino que transmitían una información muy importante, por vía visual, sobre sus portadores; exactamente como hoy en día, lo que cubre el

cuerpo expresaba entonces filiación, es decir, pertenencia a un grupo, estatus, posición social, y condición: soltero/a, casado/a, viudo/a. El cerebro humano tiene una capacidad limitada para identificar y recordar personas. Aunque se dice que Napoleón conocía uno por uno a los veteranos de su ejército, no por eso los soldados dejaban de llevar uniforme (todos vestidos iguales) y las insignias de su unidad y de su grado, más las medallas y otros distintivos individuales. La identidad social, la condición y la posición jerárquica dentro del grupo se hacen patentes y obvias por medio de claves simbólicas visuales, o sea, por la apariencia. Pese a ser la única especie que posee lenguaje oral como medio de comunicarse, somos también, sorprendentemente, la especie que más información transmite por vía visual gracias al arreglo personal. Paradójicamente, nosotros, miembros de la especie habladora, no necesitamos abrir la boca para saber ante quién estamos. La paradoja es, de todas formas, sólo aparente, porque las claves simbólicas se acuerdan y se transmiten por medio de la palabra: en realidad son códigos que hay que descifrar, otra forma de lenguaje.

Y no se trata tanto de asociar nombres y caras como de relacionarse socialmente, establecer vínculos interpersonales de camaradería y formar un grupo cohesionado con objetivos comunes. Ahí sí que estamos realmente limitados por la biología, quizás a colectivos de como máximo unas 150 personas, algunas más, algunas menos, según se ha comentado ya. Aunque las religiones predicán el amor universal, realmente no podemos querer con la misma intensidad al amigo (al próximo) que al desconocido. El aspecto personal, lo que se llama *la imagen*, cumple la función de aumentar hasta el infinito el tamaño de nuestros grupos sociales, que pasan a incluir a personas que no conocemos personalmente, pero que *re-conocemos* a partir de la forma de arreglarse. El individuo transfiere su identidad a los objetos de adorno, que a su vez son *in-corporados* (integrados en nuestro cuerpo), al mismo tiempo que la expresión corporal se potencia a través de ellos. Como dice Yvette Taborin, el adorno amplifica el cuerpo.

Es así como cada grupo perfila a lo largo del tiempo sus señas de identidad por medio de objetos de valor simbólico. En nuestros días hay formas distintas de vestir según sea la ideología política de cada uno, o el grupo, la «tribu» con la que nos guste identificarnos y deseemos que los demás nos identifiquen. Pero la clave simbólica sólo puede ser descifrada por los miembros de la propia sociedad, porque se trata, como ocurre con las palabras, de signos arbitrarios, convenciones, acuerdos tácitos compartidos por la comunidad. Hasta hace muy poco era socialmente obligatorio que las viudas y los viudos indicaran su condición a través del color negro, pero no siempre ha sido así. Isabel la Católica dispuso, por decreto, que se utilizaran ropas de color negro para expresar el luto, simplemente con el fin de evitar el despilfarro económico que suponían las caras telas blancas que se estilaban antes. Los diferentes clanes escoceses se distinguían entre sí por el color de la planta que llevaban en el gorro (y no, como suele pensarse, por los colores del estampado o «tartan»); por ejemplo, el brezo rojo y el brezo blanco podían corresponder a clanes diferentes. Y no hace falta, por obvio, insistir en cómo se expresan sentimientos nacionales o de adhesión a equipos deportivos, o ambas cosas juntas, por medio de colores.

La etnicidad

Lo propio de nuestra especie no sólo es la explosión de símbolos de todos los tipos imaginables, que literalmente nos rodean por completo, sino también su función socializante e integradora. Todos los símbolos son, por definición, patrimonio exclusivo de la comunidad que los ha creado y que los entiende. Como a través del lenguaje el grupo inculca la consciencia en los individuos, puede hablarse, sin exagerar mucho, de una consciencia supraindividual, que está por encima de los individuos. En los casos, la gran mayoría, en los que la selección natural trabaja al nivel de individuos, éstos compiten entre sí en función de sus características individuales. Los afortunados viven y se reproducen más, transmitiendo esas características a sus descendientes. Como la evolución humana es una historia de competencia y selección entre grupos, gana (o sea, se perpetúa) el grupo más eficaz; es el grupo, y no el individuo, lo que cuenta al final. Todo lo que de solidario tenían los cromañones con los miembros de su propio grupo, lo tenían de despiadado con los demás.

Los neandertales no usaron apenas de ornamentos personales, que sólo se han encontrado en dos yacimientos chatelperronienses, el de la Cueva del Reno y el de Quinçay. Además se han identificado conchas perforadas en un par de yacimientos con industria uluzziense, una especie de equivalente italiano del Chatelperroniense, y también producto, supuestamente, de los neandertales. Los niveles musterienses, en cambio, no han proporcionado nunca ornamentos, ni los anteriores a la llegada de los auriñacienses, ni tampoco los posteriores. Los neandertales que vivían al sur del Ebro, por ejemplo, jamás los incorporaron, y se extinguieron sin haberlos usado. Lo discutido más arriba sobre el origen de la industria chatelperroniense vale igualmente para los ornamentos asociados. Aunque Francesco d'Errico, João Zilhão y otros arqueólogos creen que los adornos de la Cueva del Reno son tan antiguos como los primeros encontrados en niveles auriñacienses, si no más, Randall White e Ivette Taborin, reconocidos especialistas en la materia, así como otros muchos autores, creen que los objetos de adorno personal de Kostenki 17 (Rusia) y Bacho Kiro (Bulgaria) les preceden en varios miles de años. La hipótesis que goza hoy de más prestigio es la de que los cromañones inventaron los adornos y los neandertales los imitaron en algún que otro lugar, del mismo modo que copiaron las técnicas de talla.

De este último planteamiento, que considero el más acertado, pueden deducirse dos consecuencias diametralmente opuestas. Una es la de que los neandertales no eran capaces de captar el simbolismo que se ocultaba detrás de los objetos de adorno, y por lo tanto de descifrar su mensaje, por la sencilla razón de que se trataba de una forma de lenguaje visual, y ellos (como hoy los chimpancés) no tenían capacidad de lenguaje, ni de tipo oral ni de tipo visual. Su cerebro se había desarrollado mucho para favorecer la inteligencia «natural», una especie de «intuición instintiva», pero no llegaba hasta el nivel de abstracción y producción de símbolos. Copiaron

los adornos de los cromañones, pero sin entenderlos. La opción contraria es la de que los neandertales sí tenían capacidades plenamente modernas para el lenguaje y el uso de objetos de tipo simbólico, pero no llegaron a desarrollarlas tanto como nosotros porque se extinguieron antes.

En mi opinión, y no me mueve ánimo conciliador alguno, la hipótesis más acertada está a mitad de camino (o dicho de otro modo, las dos anteriores están en parte equivocadas). Los neandertales tenían capacidad técnica para fabricar útiles de piedra y hueso al modo de los cromañones, y la prueba es que lo hicieron. También, creo yo, poseían lenguaje y tenían rituales funerarios. Es decir, eran humanos, no en el sentido meramente taxonómico de pertenecer a nuestro mismo grupo evolutivo y compartir muchos genes con nosotros, sino en el más espiritual de las creencias y los sentimientos, es decir, en el de la mente. La condición humana, la nuestra, no surgió de la nada, sin ningún precedente, sino que fue posible porque se habían dado muchos pasos antes en la misma dirección. Sin embargo, los neandertales no desarrollaron nuestra especialización extrema en la producción y manejo de símbolos, no alcanzaron nuestra desbordante creatividad, jamás su fantasía voló tan lejos. Eran más realistas, si se quiere, lo que no los hace inferiores.

Una gran duda que preocupa a los partidarios de que la condición propiamente humana (con el lenguaje y otras formas asociadas de simbolismo, como el arte) nació con nuestra especie, es decir, hace de 200.000 a 150.000 años, es la de por qué los humanos modernos tardaron tanto tiempo en salir de África y eliminar a las demás formas humanas (o mejor, no propiamente humanas). Más aún, después de asomarse por Palestina hace 100.000 años, ¿cómo es que volvieron sobre sus pasos y dejaron el Oriente Medio libre a los neandertales? Una respuesta que se da a veces es que aunque anatómicamente, o por lo menos en el esqueleto, los protocromañones eran modernos, todavía les quedaban unas conexiones por establecer entre algunos circuitos de neuronas, antes de decir ¡ajá! y convertirse en cromañones.

Yo no lo veo así. Ya he dicho antes que pienso que la reducción de la robustez del cuerpo tiene mucho que ver con la aparición de la capacidad para producir nuestro característico lenguaje articulado, y que los humanos modernos lo fueron en todo desde el principio. Mi respuesta a la pregunta de por qué no eliminaron a los neandertales en un santiamén es que éstos también eran humanos, y muy inteligentes, por cierto. De hecho, es posible que los humanos modernos llegaran hasta Australia hace 60.000 años, mucho antes de que pusieran los pies en Europa. En el camino quizás se encontraron a los últimos *Homo erectus*, como los hombres de Ngandong en Java, pero posiblemente no les dieron tanto trabajo como los neandertales. Y es que nuestra hipertrofia en el manejo de símbolos y en el lenguaje articulado es útil para contar historias, pero no necesariamente tenía que otorgarnos una ventaja decisiva sobre otros humanos, los neandertales, que eran muy fuertes y estaban mejor adaptados a los medios y climas europeos.

De ahí que el pulso entre neandertales y cromañones durara tantos miles de años, y es posible que la ventaja definitiva se la concedieran a nuestros antepasados tan sólo dos factores. En primer lugar, inventaron una nueva forma de fabricar utensilios (el Auriñaciense) y la desarrollaron y perfeccionaron más y más. Su entrada en Europa se produce ya con esa nueva tecnología, que les dio una cierta superioridad de la que antes carecían. Los neandertales fueron capaces de adoptarla allí donde sus densidades de población eran altas y donde, aunque rodeados por cromañones, fueron capaces de mantenerse algún tiempo, pero la ventaja inicial que les permitió llegar hasta el norte de España de forma muy rápida se la dio a los cromañones el Auriñaciense.

El segundo factor fue paradójicamente el clima. Aunque hace 40.000 años no se había llegado todavía al paroxismo glaciario, el clima era frío en la Europa del centro y del norte, y los renos y los mamuts vagaban en grandes manadas por una estepa interminable. Los cromañones no estaban mejor adaptados biológicamente al frío, sino todo lo contrario, pero sus sistemas de símbolos les permitieron pegarse como una piel al terreno y formar alianzas entre grupos separados por grandes distancias. Lo que les unía entre sí, con sus antepasados y con la naturaleza, eran sus viejos mitos, que no son otra cosa que colecciones de historias. Y contar historias era su especialidad. Cuanto más adversas eran las condiciones ambientales, y menor y más dispersa la población humana, mayor era su ventaja. Finalmente, también el estable mundo mediterráneo se vio afectado por el deterioro climático y desapareció el bosque para dar lugar a la estepa. Y por la estepa llegaron las grandes manadas de caballos, y detrás de ellos, los cazadores de caballos: nuestros antepasados los contadores de historias.

Una forma sencilla de conocer cómo el clima adverso fue vencido por los diferentes tipos de humanos es asomarse por un momento a la inmensa llanura de Europa oriental, que se extiende, interminable, desde los Cárpatos, al oeste, hasta los Urales, al este, y desde el océano Glacial Ártico, al norte, hasta el mar Negro, el mar Caspio y la muralla del Cáucaso que va de uno a otro, cerrando por el sur la baja planicie esteuropea. No hay en toda ella grandes elevaciones, y el clima va siendo cada vez más extremo conforme se asciende en latitud. En el centro de la Gran Llanura, a 50° N, la media del mes de enero es, en el actual periodo cálido en que nos encontramos, de 10°C bajo cero. Un lugar sin duda inhóspito para pasar la noche al raso.

Los primeros seres humanos que osaron adentrarse en la Gran Llanura Oriental fueron los neandertales, y lo hicieron hace poco más o menos 120.000 años, en el periodo interglaciario que precedió a la última glaciación. Los neandertales llegaron entonces más arriba del paralelo 50° N, según lo muestran los yacimientos de Rikhta, Zhitomir y Khotylevo I (¡a 52° N!): no cabe duda de que eran capaces de adaptarse a situaciones muy extremas, y es difícil negarles aptitudes extraordinarias para la organización y la planificación. ¿Se puede concebir en semejantes circunstancias una existencia humana sin ellas?

Sin embargo, los neandertales se vieron obligados a retirarse al borde sur de la planicie esteuropea cuando llegó la última glaciación, refugiándose en la Península de Crimea y en las laderas septentrionales del Cáucaso, de donde probablemente desaparecieron los últimos neandertales al mismo tiempo que sus congéneres ibéricos, entre hace 30.000 años y hace 25.000 años. Quienes sí que ganaron entonces la Gran Llanura Oriental fueron los cromañones, que llegaron hace entre 35.000 y 40.000 años hasta Kostenki 17 (a 50º N). La razón de que triunfaran donde los neandertales no pudieron hacerlo, a causa del frío, radica, en parte, en su superior tecnología. Hace 30.000 años en el yacimiento 14 de Kostenki hay abundancia de punzones y agujas de hueso, con los que aquellos humanos mejoraron las prestaciones de las pieles con las que se abrigan. Ya había entonces verdaderos sastres y sus trajes no palidecerían quizás frente a los de los modernos Inuit.

Y más tarde, cuando el último y feroz máximo glacial se acercaba, los humanos de tipo moderno de la Gran Llanura Oriental aprendieron a fabricar cabañas revestidas de pieles y con huesos de mamut como armazón, a mantener hogares siempre encendidos dentro de ellas y, a falta de otro combustible que procurarse en la inhóspita llanura, a utilizar los propios huesos de los mamuts para calentarse. Cuando finalmente, a partir de hace 25.000 años, el frío glacial alcanzó su punto álgido, los humanos estaban preparados para sobrevivir en semejantes condiciones. La media del mes de enero de hace 20.000 años debía de ser increíblemente baja, y la desolación del paisaje aterradora.

Pero además de la tecnología, que nos ha llegado en forma de utensilios, estructuras de cabaña y hogares, mucho tuvieron sin duda que influir en la supervivencia humana en la Gran Llanura Oriental otros objetos no menos importantes, aunque de apariencia humilde, que también se han encontrado, según vimos, en Kostenki 17: los adornos personales. Ellos nos indican que sus orgullosos portadores habían entrado en una nueva dimensión social que marcaría para siempre el destino humano: la pertenencia a un grupo que va más allá de lo puramente biológico y que se organiza en torno a símbolos compartidos. Lo que caracteriza esta nueva era, la nuestra, es la *etnicidad*.

El *Homo sapiens*, una vez desembarazado de las otras especies, creció y se multiplicó con la aparición de nuevas generaciones de tecnologías cada vez más eficaces, y más mortíferas también. Mientras que las industrias de piedra del Paleolítico Inferior (Olduvayense, Achelense), e incluso las del Paleolítico Medio (Musteriense, etc.) muestran una gran monotonía a todo lo largo de su inmensa área de distribución geográfica, las del Paleolítico Superior no sólo son más variadas en cuanto a tipos de instrumentos, sino también en diversidad regional.

Jean-Pierre Bocquet-Appel ha apuntado un factor demográfico para explicar este hecho. Como los neandertales y las poblaciones de otras especies humanas «arcaicas» tenían densidades de población muy bajas, sus grupos necesitaban intercambiar individuos para no extinguirse, formando así una malla demográfica muy floja, pero extensísima. Sin embargo, a partir de la explosión demográfica del Paleolítico Superior, los humanos modernos llegaron a formar grupos cada vez mayores, que, como coágulos de población, se hicieron reproductivamente viables y autosuficientes, y al mismo tiempo biológica y culturalmente cerrados.

Los helenos de la segunda guerra médica se veían a sí mismos como miembros de una misma comunidad porque pertenecían a una misma sangre y a una misma lengua, compartían los santuarios y los ritos y tenían hábitos de vida semejantes. Símbolos y más símbolos. Las historias y los mitos compartidos que tan útiles les fueron a los hombres de Cro-Magnon cuando las bandas eran pequeñas y dispersas, se volvieron barreras infranqueables cuando las poblaciones se hicieron más grandes y los grupos se dieron la espalda unos a otros.

Como resultado final de nuestra historia evolutiva conviven en cada uno de nosotros dos identidades, la individual y la colectiva. Negar la existencia de cualquiera de las dos naturalezas humanas es cerrar los ojos a la realidad. Mientras que la identidad individual nos empuja al egoísmo y a la insolidaridad, la colectiva nos puede llevar al abismo, porque nos hace fácilmente manipulables. Sólo en este siglo que ahora termina, el más sangriento de la historia humana, han muerto decenas de millones de personas en conflictos entre grupos que se agrupaban en torno de símbolos enfrentados, al mismo tiempo que toda desviación de la unanimidad del grupo, cualquier alejamiento de la necesaria homogeneidad social, ha sido sañudamente perseguido como una amenaza intolerable para la colectividad ¿Será posible que algún día el ser humano pueda superar su permanente contradicción entre el individuo y el grupo? ¿Nos habrá conducido la evolución hacia un callejón sin salida? La respuesta, amigo lector, está en el viento.

Epílogo

El hombre domesticado

Y transcurrieron los días. Y los años.

Y vino la Muerte y pasó su esponja por toda la extensión de la fraga y desaparecieron estos seres y las historias de estos seres.

Pero detrás todo retoñaba y revivía, y se erguían otros árboles y se encorvaban otros hombres, y en las cuevas bullían camadas recientes y la trama del tapiz no se aflojó nunca.

En el principio, hace entre 5 y 6 millones de años, era el mono. O mejor, era nuestro antepasado común con los chimpancés, un habitante del bosque lluvioso africano. Este animal estaba al borde de la consciencia, sobre todo en lo que se refiere a su vida social. Después aparecieron los homínidos y los antepasados de los chimpancés en regiones diferentes del África tropical.

Coincidiendo con cambios climáticos y ecológicos, los homínidos se adaptaron a medios progresivamente más secos (aunque todavía forestales); en cambio, los antepasados de los chimpancés siguieron unidos a la selva húmeda. Algunos homínidos de hace más de 4 millones de años ya eran bípedos, si bien su vida todavía estaba muy ligada al bosque. Su alimento era casi completamente vegetal (y el «casi» se debe a que los chimpancés también consumen insectos y, cuando pueden, cazan pequeños mamíferos).

Hace dos millones y medio de años, la evolución produjo un tipo de homínido, el *Homo habilis*, que tenía un cerebro mayor y que golpeaba una piedra contra otra para producir un filo. Lo más importante era la función de ese filo, que no era otra que la de cortar la carne. Se produjo entonces un cambio importante en la dieta, en el nicho ecológico en definitiva.

Al poco tiempo, en términos geológicos, apareció un homínido realmente nuevo, el *Homo ergaster*. Su cerebro era mucho mayor que el de cualquier chimpancé y su crecimiento más lento. Eran físicamente grandes, semejantes en sus proporciones corporales a nosotros, y muy, muy fuertes. Fabricaban instrumentos estandarizados y se comunicaban por medio de símbolos. O al menos podían controlar la expresión de sus emociones, tanto la expresión corporal como la sonora, que ya no eran meros síntomas, indicios de su estado de ánimo, sino signos que transmitían la información que ellos querían, a quienes ellos querían y cuando a ellos les convenía. Tenían por lo tanto una forma elemental de lenguaje y un largo periodo de aprendizaje que les permitía ir mucho más allá en el desarrollo de sus capacidades cognitivas que los chimpancés. Si los pudiéramos someter a los tests con los que examinamos la inteligencia de estos monos sacarían mucha mejor nota que ellos.

Aquellos homínidos, o mejor humanos, de la especie *Homo ergaster* empezaban a crear a su alrededor un medio social y cultural que les daba una cada vez mayor independencia frente al medio físico, y así sus poblaciones aumentaron. Gracias a eso pudieron extenderse por Eurasia hace probablemente más de un millón y medio de años y superar con éxito la dura prueba climática y ecológica que les planteaban las latitudes altas, alejadas del Ecuador, algo que nunca hicieron los otros homínidos de su época, los parántropos, que jamás salieron de África.

Tan bien les fue a estos humanos fuera de África, que llegaron a poblar casi toda Asia y Europa, alcanzando las frías tierras de Alemania e Inglaterra hace medio millón de años. Otros llegaron mucho antes hasta la Península Ibérica, en el Extremo Occidente, y en el Extremo Oriente, a China y Java. En esta isla se han encontrado los restos más antiguos, que son llamados *Homo erectus*, aunque en realidad no eran muy distintos de los *Homo ergaster* africanos.

En Europa los humanos evolucionaron en condiciones de aislamiento para producir una especie autóctona: los neandertales. Éstos seguían conservando una gran fortaleza física y estaban bien adaptados fisiológicamente al clima europeo. Los neandertales tenían un gran cerebro, que utilizaban para comunicarse entre sí, para manejar el fuego y para fabricar utensilios muy elaborados, con muchos pasos. También para resolver los problemas propios de los ecosistemas europeos, marcadamente estacionales y por eso poco aptos para la existencia de los primates.

Mientras los neandertales evolucionaban en Europa, nosotros lo hacíamos en África, pero todavía hace 300.000 años, la época de la Sima de los Huesos, nuestros antepasados y los de los neandertales no eran muy diferentes, ni físicamente ni en su comportamiento. La razón es que no llevaban mucho tiempo evolucionando por separado. Sin embargo, en ese momento se produjo la segunda gran expansión cerebral, y como tuvo lugar por separado en Europa y en África, los resultados fueron diferentes.

Los frutos que mejor conocemos son los de nuestra estirpe, que están a la vista. Uno de ellos es nuestro fabuloso lenguaje articulado, al servicio de una capacidad única para manejar símbolos, o dicho de otro modo, para contar historias y crear mundos ficticios. Ésa es nuestra hiperespecialización, la creatividad, y ocurrió en la rama africana de la evolución humana, y no en la europea. Los neandertales simplemente llegaron más lejos que sus antepasados de la Sima de los Huesos en sus mismas capacidades cognitivas y de comunicación, ya de por sí muy avanzadas, pero no desarrollaron, como sí hicimos nosotros, un sistema revolucionario de transmitir la información.

Para que se entienda mejor lo que supone de especialización extrema nuestro lenguaje, propongo al lector, siguiendo a Philip Lieberman, un experimento: pruebe a leer un texto en voz alta durante diez segundos. Verá que puede fácilmente leer 200 letras, 20 por segundo, que aunque no representan exactamente 200 sonidos o fonemas, sí nos dan una idea de nuestras capacidades fonéticas. Es increíble que podamos producir y entender sonidos a tal velocidad.

También la mente del hombre moderno era diferente de la de sus contemporáneos neandertales, pero no por una mayor inteligencia, digamos técnica. Por el contrario, la característica a la que nos vamos a referir consiste en una aberración completa en nuestra manera de percibir el mundo, en un error mayúsculo, en el que, sagaz como

siempre, reparó Konrad Lorenz. Todos los animales disponen de un filtro para los estímulos que reciben. Es tanta la información que captamos a través de los sentidos, que necesitamos un mecanismo que seleccione de manera automática e inconsciente (es decir, rápida) los datos más significativos. Si no fuera por este mecanismo selectivo no podríamos hacer nada, porque nos pasaríamos la vida analizando la información que procede del exterior. Sólo los estímulos que superan el filtro desencadenan comportamientos, reacciones.

Nosotros los humanos modernos somos unos primates, e incluso podemos decir unos humanos, extraordinariamente sociales, que estamos muy atentos, de forma permanente, a las señales que nos llegan desde los otros humanos, y que nos ayudan a leer sus mentes y predecir sus actos. Para ser más eficaces reaccionamos con prontitud ante estímulos muy simples y aislados. Escrutamos con tanta intensidad la cara de nuestros congéneres que apreciamos en ella hasta el más leve signo de cambio. La vida social es una gran partida de mus.

Y ahí está la clave de por qué la naturaleza se llenó de espíritu (o de espíritus). Es tan grande nuestra capacidad de análisis, es decir, de descomposición de la realidad en partes cada vez más pequeñas, que finalmente cometemos fallos estrepitosos de interpretación pese a nuestras portentosas facultades cognitivas, equivocaciones en las que ningún otro animal incurriría. Así, los objetos más sorprendentes reciben valores emocionales, porque se les atribuyen erróneamente cualidades humanas; como señalaba Lorenz: «las escarpadas paredes rocosas o las sombrías nubes de tormenta que se agrupan tienen el mismo valor expresivo que una persona erguida en plan amenazador e inclinada algo hacia adelante, en actitud demostrativa de su intención». Los arcos superciliares del águila parecen arrugas de la frente, y, junto con la comisura de la boca estirada hacia atrás, proporcionan al animal una apariencia de obstinada determinación. Como el camello o la llama tienen la cabeza alta, con el orificio nasal por encima del ojo, y la comisura de la boca baja, nos parece que nos miran con desdén: son animales que resultan «antipáticos».

También atribuimos a los animales propiedades estéticas: el hipopótamo es torpe, el flamenco airoso y elegante; y lo que es aún más significativo, también asignamos cualidades éticas a los animales: el lobo es el malo de los cuentos y los cabritillos son los buenos, la hormiga es trabajadora y la cigarra holgazana, etc. Por resumirlo en una experiencia que todos hemos tenido, a Lorenz, cuando era niño, le parecía que un vagón de metro que tenía las persianas de las ventanas medio bajadas le miraba gravemente. Es tan importante el papel que juegan los ojos como elemento de referencia de la cara, que todo objeto con orificios, como una casa con sus ventanas, tiende a recordarnos a una cara, a la que damos incluso expresión simpática o desagradable en relación con la disposición de las estructuras que rodeen a las supuestas ventanas, y a las que rápidamente obligamos a convertirse en nariz, boca, cejas, frente, pelo.

Esta curiosa forma de percibir erróneamente como humanos a los seres, animados o inanimados, que no lo son, junto con la capacidad de contar historias en las que esos seres aparecen, es lo que hizo animarse a la naturaleza. La gran ventaja que se derivó de este peculiar defecto es que ayudó al hombre a entender los fenómenos naturales. Si la consciencia individual surgió porque es útil mirar las cosas desde el punto de vista del otro, al que también se le supone consciencia, el ponerse en el lugar de los demás seres de la naturaleza, es decir, reconocerles consciencia, es una forma no científica, pero eficaz, de hacer Biología y Geología. Y también Geografía, porque la mejor manera de grabarse en la mente un mapa, y de compartirlo con los demás miembros de la comunidad, es asociando los elementos del paisaje con personajes e historias. Desde La Granja de San Ildefonso (Segovia), donde he pasado muchos veranos de mi vida, se contempla una enorme montaña que, por su forma, se llama La Mujer Muerta, y también otra montaña que se conoce como El Montón de Trigo.

Al mismo tiempo que aparecía esta maravillosa facultad, ocurría otro cambio muy notable, aunque a primera vista no relacionado: la gracilización del esqueleto. Las caderas se hicieron más estrechas, lo que ahorra energía en cada paso. Los neandertales y los humanos modernos eran diferentes en su tipo físico, pero también en su cráneo y capacidad para articular sonidos. Yo no creo que el cerebro grande y el lenguaje articulado fueran, como dice Tattersall, exaptaciones, rasgos que surgieron sin relación alguna entre sí ni con el manejo de símbolos. Pienso, en cambio, que son verdaderas adaptaciones, o mejor aún, adaptaciones que se apoyan una en otra, porque se necesitan mutuamente. Los humanos, a partir del *Homo habilis*, nos hemos especializado en la inteligencia, del mismo modo que las aves lo hicieron en el vuelo. Ya llevábamos mucho camino recorrido cuando Europa fue colonizada por vez primera; aunque luego quedara aislada su población, la necesidad de sobrevivir y la competencia entre grupos hizo que la inteligencia continuara aumentando, aunque sin renunciar a la potencia física. Es decir, los neandertales tenían un cerebro más grande sobre un cuerpo que seguía siendo igual de poderoso que el de sus ancestros.

Nuestros antepasados africanos eran también fuertes y a la vez cada vez más inteligentes. Hasta que en un momento dado, en alguna población humana apareció una variante menos fuerte físicamente, pero mejor comunicada. Aunque parezca sorprendente ambas características están relacionadas. Lo que hizo que pudiéramos articular mejor los sonidos fue la reducción de la cara, que a su vez fue posible porque eran menores las necesidades respiratorias. Los neandertales eran auténticos colosos, con una gran capacidad torácica y pulmonar. Todo ese aire que oxigenaba sus músculos tenía que ser humedecido y calentado en las cavidades nasal y oral antes de ingresar en los pulmones, y por eso el segmento horizontal del tracto vocal seguía siendo largo. El clima frío de Europa contribuía además a esa necesidad.

Los primeros humanos modernos estaban rodeados en África de poblaciones tan robustas como los neandertales,

pero tomaron otro rumbo evolutivo, otra manera diferente de solucionar los mismos problemas ecológicos: un cerebro especializado en manejar símbolos, una cara más corta, quizás un riesgo mayor de atragantarse, pero a cambio una máquina increíble para comunicarse, y un cuerpo menos capaz de grandes esfuerzos explosivos pero más eficaz en términos de gasto energético a largo plazo, en grandes desplazamientos. Estas transformaciones se produjeron hace unos 200.000-150.000 años y afectaron, dicen los biólogos moleculares, a sólo una pequeña parte de la población africana. Llegan a esta conclusión tras observar la escasa variación genética de las poblaciones humanas actuales. Pese a las diferencias de color, tipo de pelo, forma de los ojos, y unos pocos rasgos más, somos todos muy parecidos. Las tesis racistas no sólo son éticamente abominables, también son científicamente falsas. Esa pequeña población africana pudo no obstante tener 10.000 o 15.000 miembros, que después de todo era equivalente a la población de la época de la Península Ibérica.

Neandertales y humanos modernos son dos modelos humanos diferentes, representando ambos eficacísimas respuestas evolutivas a idénticos desafíos de la vida. Las dos especies (ellos y nosotros) experimentaron aumento demográfico y expansión geográfica. Los neandertales salieron de Europa, su patria original; los humanos modernos también abandonaron África, su cuna. Sólo era cuestión de tiempo que se encontraran.

En las excavaciones de la cueva del Parpalló (Valencia), Lluís Pericot encontró —entre 1929 y 1931— unas 5.000 plaquetas de piedra pintadas o grabadas por el hombre paleolítico a lo largo de miles de años; recientemente han sido estudiadas con mucha profundidad por Valentín Villaverde. En las innumerables plaquetas de la cueva sagrada del Parpalló predominan las figuras de cabras, caballos, ciervos y uros (por este orden). Hay también cuatro rebecos y otros tantos jabalíes, tres lobos, tres zorros, un lince, un mustélido que quizás sea una nutria, una perdiz y un ánade. No hay representación de animales de la fauna fría (mamuts, rinocerontes lanudos, renos) ni de bisontes, que acaso no llegaron a habitar nunca el levante peninsular.

En la misma región existen unas manifestaciones artísticas conocidas como Arte Levantino porque su foco es el País Valenciano, aunque se extienden mucho más allá, por las comunidades de Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha y Cataluña. Se encuentran a la luz del día en abrigos o paredes poco cubiertas, en vez de en la oscuridad de las cuevas, y muestran animales y personas (hombres y mujeres), a menudo componiendo escenas de caza, recolección o danza, tal vez ritual. La cronología del Arte Levantino ha sido, desde su descubrimiento, objeto de controversia —en la que por cierto participaron en bandos contrarios Obermaier y Hernández-Pacheco—, pero hoy parece claro que no son pleistocenas, como creyó el primero, sino posglaciares. Muchas pinturas narran historias cinegéticas, con cazadores armados con arcos y flechas, y las presas son ciervos, toros, cabras y jabalíes.

Aparentemente, desde el tiempo de las losetas del Parpalló hasta el de las escenas de caza del Arte Levantino nada ha cambiado en el estilo de vida humano, pese a los muchos milenios transcurridos. Sin embargo, todo hace pensar que el Arte Levantino fue realizado por grupos de cazadores y recolectores que ya habían entrado en contacto con sociedades de economía productiva, que basaban su existencia en animales y plantas domesticados. Tal vez incluso los autores fueran estas primeras gentes neolíticas, que llegaron hará unos 7.000 años. En todo caso, corresponden al momento en el que tiene lugar en este rincón levantino el final de un mundo y la llegada de otro muy distinto: el nuestro, el del hombre domesticado, que se mueve al ritmo cansino de sus ganados o que encorva su espalda sobre la tierra que cava, mirando al cielo sólo para implorar la lluvia o para pedir que cese. Con el cambio de economía se produjo también un cambio de mentalidad: los dioses de los cazadores no eran los mismos que los dioses de los agricultores y los ganaderos.

Alguien ha escrito que cuando una lengua muere los que la habían hablado en el pasado mueren por segunda vez. Ocurre lo mismo cuando se extinguen los viejos mitos, y son sustituidos por otros nuevos. Nunca entenderemos el significado de las pinturas rupestres, sencillamente porque a nosotros no nos dicen nada, ya no nos hablan. Y ocurrió algo aún más terrible: también la naturaleza dejó de hablarle al hombre. (Así fue como el viejo arco de piedra de mi niñez dejó de ser un puente de los antiguos gigantes y el único sonido que se puede escuchar ahora en el bosque es el de las canteras que taladran las entrañas de la montaña, el de las fábricas que convierten la caliza en cemento, el de las motosierras que cortan los árboles y el de los coches que pasan.)

Éste fue el ocaso de las bandas de cazadores salvajes y libres, todavía no «civilizados». Llegaron los granjeros, y con ellos el final de este libro y mi adiós al lector, un adiós que espero sea sólo temporal.

Utilogo

Me cuenta Mauro Hernández, estudioso del Arte Levantino, que en los riscos y barrancadas donde se encuentran los abrigos con las pinturas de los últimos cazadores y recolectores que hubo en la Península, ha vuelto a crecer la vegetación y bullen nuevas camadas. La naturaleza ha recuperado las tierras que los cultivos y los ganados arrasaron, y sobre los suelos que quedaron desnudos todo retoña y revive. Tal vez alguna generación más sabia que la presente vuelva a escuchar la voz de la naturaleza en el viento.

Una última reflexió d'Arzuaga: el que fa trenta mil anys ens va donar avantatge —el factor ètnic— quan el medi era hostil i la població dispersa, es pot convertir en un desavantatge en les circumstàncies actuals; la capacitat simbòlica que porta a crear banderes (cosa que va permetre de reconèixer-se i cooperar), també permet d'identificar-se per a guerrear i matar-se.



Arsuaga, Juan Luis (4 juny 1999). "Hoy volvemos a ser muy cromañones". Entrevista realizada per Víctor-M. Amela, *La Vanguardia*.

Tengo 44 años. Nací en Madrid. Soy profesor de Paleoantropología en la Complutense y busco fósiles humanos en Atapuerca. Estoy casado y tengo tres hijos, Carlos (14 años), Lourdes (11) y Rocío (6). Tenemos en casa un hámster y una tarántula. Nadie tiene mi voto en propiedad. Publico "El collar del neandertal" (Temas de hoy).

- Vengo yo del mono?
- Un chimpancé y usted tienen antepasados comunes. Fue hace unos cinco millones de años cuando el homínido empezó a evolucionar por separado.
- ¿Dónde sucedió eso?
- En África. Ese homínido empieza a comer carne de animales muertos hace 2,5 millones de años, y hace 1,5 millones de años, a cazar con piedras talladas. Es entonces cuando sale de África y llega a Asia y Europa.
- Y de ahí ya sí vengo yo.
- ¡No! De ahí empezará a surgir, hace 300.000 años, el hombre de neandertal, en Europa. Pero usted no lleva ni una gota de sangre neandertal en sus venas.
- ¿No? ¿Y de dónde salgo yo, pues?
- Verá: al mismo tiempo que en Europa surgía el neandertal, en África surgía el "Homo sapiens", popularmente conocido como cromañón.
- ¿Ese sí soy yo?
- Ahora sí. Salimos de África por Oriente Medio y, hace ahora 40.000 años, nos plantamos en Europa.
- ¿Qué dijeron los neandertales al vernos llegar aquí?
- Los neandertales imitaron algunas de nuestras cosas: herramientas, adornos, collares... Coexistimos con ellos durante 10.000 años, sin cruzarnos genéticamente...
- ¿Por qué? ¿Tan distintos eran un neandertal y un cromañón?
- Sí. Un varón neandertal era un coloso de 90 kilos y 1,60 m, muy compacto, muy fuerte y de piel más blanca que un cromañón. Un cromañón era más alto (hasta 1,80 m), más estrecho de cadera, más grácil, más débil... Quizá hubo algún cruce aislado, pero no surgió una especie híbrida. Se sentían diferentes y competían por la caza y los asentamientos. Hasta que sobrevino el cataclismo.
- ¿Qué cataclismo?
- Fue hace 30.000 años: comenzó la última gran glaciación... ¡y el hombre de neandertal se extinguió! A partir de esa fecha, en los yacimientos ya sólo hay restos cromañones.
- ¿Y por qué los neandertales, más fuertes, se extinguen y nosotros sobrevivimos?
- Porque, en aquel medio tan hostil, más útil que su fuerza fue nuestra gran capacidad simbólica.
- ¿Se refiere a la inteligencia?
- A una forma de inteligencia: la simbólica. El neandertal también tenía inteligencia, pero la del cromañón era una "aberración" de la inteligencia: una hipertrofia de la mente simbólica.
- ¿En qué consiste esa "aberración", esa "hipertrofia"?

- En usar símbolos continuamente. El neandertal no hubiese inventado una bandera. El cromañón, sí: iba pintarrajeado, usaba plumas, adornos...: se identificaba con símbolos. Ponía nombres a las cosas. Pintaba signos en las rocas, en los árboles... Tenía todo marcado: humanizó el terreno, lo hizo suyo.
- ¿Y con eso sobrevivió?
- Sí. Un neandertal sólo veía como de "los suyos" a los individuos de su pequeño grupito. Un cromañón, en cambio, veía a un cromañón de otro grupo, lo identificaba por sus símbolos... y establecía alianzas en territorios muy extensos y hostiles, para cooperar.
- Los símbolos nos salvaron.
- Sí. Permitieron el "factor étnico": o sea, los que tenían bandera (los cromañones) pudieron más que los que no la tenían (los neandertales).
- ¿Vivan las banderas, pues?
- No: lo que hace 30.000 años nos salvó, hoy nos pierde. El símbolo fue útil en un medio hostil y con poblaciones muy dispersas. Pero también el símbolo facilita el enfrentamiento entre grupos: hoy estamos pagando el precio de las banderas.
- ¿Somos esclavos de nuestra genética?
- En este siglo ha habido 190 millones de muertos por conceptos ideológicos, por fronteras..., por símbolos. Y nos ponemos una camiseta con unos colores de un equipo de fútbol y eso significa algo. Y escrutamos la cara del otro buscando signos. Y nos adornamos y vestimos para impresionar, ¿no?
- Es que hay que conseguir pareja...
- El sexo crea la pareja humana. El sexo crea un fuerte vínculo interpersonal entre macho y hembra..., que dará garantías de crianza con éxito del bebé. Y es esa infancia prolongada la que expandió nuestro cerebro.
- Primero el sexo, luego la inteligencia...
- La Iglesia dice que el sexo está para fecundar. Es un error científico: la especie humana es la única que no tiene periodo de celo, porque el sexo está para crear vínculo, amor, y así criar al bebé como Dios manda.
- Si pudiéramos coger a un bebé cromañón de hace 40.000 años y criarlo en una familia de hoy, ¿qué pasaría?
- Que, de mayor, podría ser lo que quisiera, paleoantropólogo como yo o periodista como usted.
- Fascinante. Pero ese bebé viviría hoy más años que en aquella época...
- Depende. Cuando éramos cazadores-recolectores, éramos altos y longevos: la dieta era variada y la movilidad nos hacía poco endogámicos. Convertirnos en agricultores-ganaderos, hace sólo 10.000 años, permitió que fuéramos más, pero empezamos a comer sólo lo que producíamos, o sea, menos variado, y la sedentariedad generó mucha consanguinidad. Resultado: más bajitos y menos longevos.
- Pues los jóvenes son cada día más altos...
- Sí. Gracias a que los transportes nos traen alimentos variados y rompen la endogamia, puede salir de nuevo a la luz nuestra vieja herencia genética: ¡volvemos a ser muy cromañones!

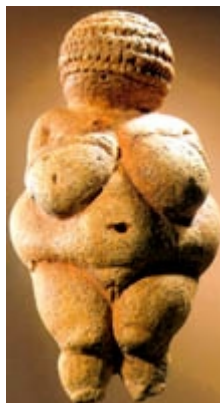
El salvaje

De niño, Juan Luis Arsuaga no soñaba con ser antropólogo. "De niño, yo quería ser salvaje", dice. "Como todos de pequeños: vamos a la playa y nos ponemos a buscar bichos por las rocas... Queremos ser cazadores-recolectores, como nuestros ancestros. Luego nos meten en una escuela, nos domestican, aprendemos a caminar sobre moqueta... Pero el instinto..." Arsuaga me explica esto en su despachito de la Complutense, rodeado de grabados de cráneos de homínidos. En el cráneo de Arsuaga cabe la prehistoria entera de la especie humana. Arsuaga

volverá, como cada mes de julio, al yacimiento de Atapuerca (Burgos), el más rico del mundo en fósiles humanos. Allí, Arsuaga y sus compañeros desenterran a los tatarabuelos de los neandertales.

El segle XX, amb cent noranta milions de morts per guerres "d'idees" –fantasmes, intangibles, símbols, banderes–, n'és la demostració més palmària.

Del símbol a l'art: narradors d'històries



Venus de Willendorf

L'home cromanyó va caminar per tot Europa fa trenta mil anys carregat d'adornaments, pintat, tatuat. I així seguim avui: ens vestim, ens adornem, ens maquillem, etc. per a comunicar alguna cosa (per què no sortim al carrer amb pijama? Perquè hi ha trossos de tela per a dormir i trossos de tela per al carrer). Aleshores aquests homes portaven al coll, penjada, una figureta d'una venus (anomenada així pels arqueòlegs perquè presumptament es tractava d'un talismà de fertilitat). Avui aquesta figureta és als museus i està considerada una de les primeres expressions artístiques de l'ésser humà, una de les primeres peces de la història de l'art.

Per a l'home prehistòric, aquella figura era la representació simbòlica de la fertilitat i la preservava (i, per tant, la supervivència de la família, el clan, l'espècie): avui anomenem *art* la figureta i *màgia* aquesta idea que representava.



La ment simbòlica, en resum, va generar l'art i la religió, i segurament alhora.



Un humil semàfor, que avui ens preserva la vida amb el seu simbolisme de colors, serà d'aquí a milers d'anys en un museu per ser considerat "art" del final del II mil·lenni dC?

Al final, tot art és símbol, és representació del món: pintar un bisó en una cova era apropiat-se del concepte de bisó i dialogar-hi: art i màgia entrelaçats. És dotar d'una història el bisó, fer-lo parlar, comunicar-s'hi.

Una peça d'art és la que representa alguna cosa, la que explica una història, en forma d'adornament personal, d'animal pintat en una cova, d'estampat en una tela, etc. Avui considerem art (setè) una pel·lícula cinematogràfica, una obra televisiva i tot (un relat de ficció o un espot publicitari): és **art audiovisual**.



Les arts audiovisuals contemporànies tenen els avantpassats en les obres del paleolític.



La història de l'audiovisual enfonsa les arrels en l'art prehistòric, des d'aquell bisó parietal fins a l'última estrena cinematogràfica.

Quina devia ser la primera obra d'art de la humanitat? Per ara, la peça més antiga que es podria catalogar com a tal s'ha datat en setanta-set mil anys (més de quaranta mil anys abans que les pintures rupestres europees més

antigues que es coneixen, les de Chauvet). Es tracta de dues petites barres d'ocre llimades en les quals es veu, gravada, una trama de ratlles que formen uns patrons geomètrics romboïdals. S'han trobat recentment en un jaciment paleolític a Sud-àfrica, i el director de la investigació, Christopher Henshilwood, ha declarat que "potser van ser peces d'art decoratiu utilitzades en rituals, o bé es van emprar en una xarxa d'intercanvis entre grups de caçadors recol·lectors".



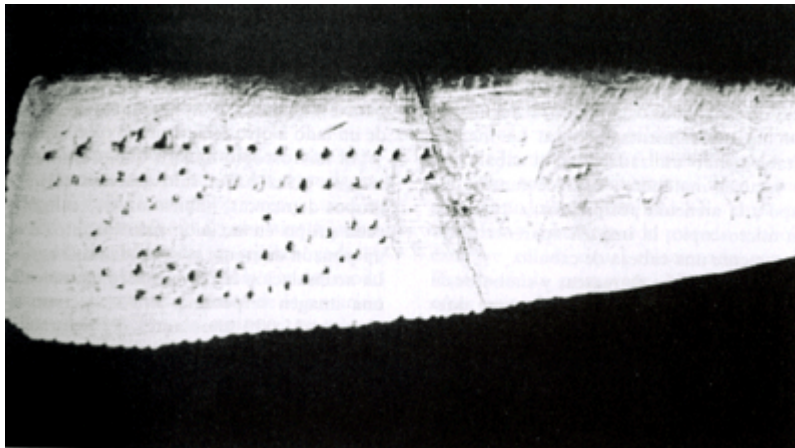
© The American Association for the Advancement of Science

Publicada per la revista *Science* (vol. 295, n. 5553), aquesta és la fotografia d'una de les dues barres d'ocre prehistòriques, de 7,6 centímetres de longitud, que, per la datació (setanta-set mil anys d'antiguitat), ara com ara és la primera manifestació "artística" coneguda, és a dir, la primera mostra d'un pensament simbòlic.

Tanmateix, altres estudiosos descarten el sentit merament "decoratiu" d'aquestes línies en una peça tan primitiva, i li donen una interpretació més pragmàtica: els patrons romboïdals fixarien les cadències, les freqüències de moviments celestes –del Sol, la Lluna o certes estrelles–, dels quals l'home prehistòric se sentia dependent, perquè ho era.

Alguns motius geomètrics prehistòrics, pintats o gravats (cassoletes, espirals, creus, punts, etc.), que modernament hem interpretat com a "símbols màgics", ara són desentranyats, tenint en compte l'arqueoastronomia, com a notacions dels moviments en el firmament de determinats astres i planetes (fet que, d'altra banda, no els sostreu un sentit cultural, "màgic").

Sí que està comprovat, per exemple, que l'home de Cromanyó va plasmar en una eina d'os (Blanchard, França), fa trenta mil anys!, aquesta notació, que representa les fases de la Lluna:



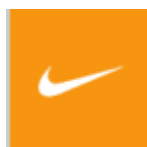
Fases de la lluna representades en una eina d'os (Blanchard, França). Imatge procedent de Crowley, D. i Heyer, P. (1997). *La comunicació en la història*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.

A partir d'aquí, altres notacions successives van anar adquirint un caràcter expressivament més abstracte, més simbòlic, "artístic", fins a desembocar en algunes peces com aquesta placa, alhora notacions pràctiques de fases solars i lunars (és a dir, calendaris luni-solars) i representació simbòlica d'una deïtat antropomòrfica, tot a la mateixa peça.

En un sepulcre megalític a Mértola (Portugal) es va trobar una "deïtat". El seu sentit de calendari ha estat descobert per Amador Rebullida en el llibre *Astronomia y religión en el Neolítico-Bronce* (Terrassa: Ègara, 1988). Aquest sentit pràctic no descarta que la figura tingués, alhora, un sentit simbòlic i màgic, sinó al contrari: el reforça (el Sol i la Lluna són, simbòlicament, els ulls de la deïtat).

Aquestes manifestacions (artístiques, s'hauria de dir? Pregunta: què és l'art?) són a la base de la cultura audiovisual humana, que consisteix a "veure" missatges en les coses, tant en un rostre humà com en una muntanya o en l'activitat del firmament (núvols, vents, astres), i a explicar-les: mitjançant la pintura, figuretes, amb paraules al voltant de la foguera, etc.

Al voltant de la foguera se sedentaritza el relat d'històries, com avui davant el televisor. I pot ser que entre un traç de pintura al rostre d'un cromanyó i el traç de Nike en una sabatilla hagin passat quaranta mil anys, però, conceptualment, no hi ha cap distància entre tots dos traços.





Des que l'home comença a explicar històries, també comença a buscar els instruments per a plasmar-les i transmetre-les, sigui la pròpia memòria, la pedra, el fang, el paper, el pergamí, el llibre de paper o la pantalla del televisor. Comença la història dels mitjans de comunicació...



Els relats comunicatius



Crismó de la catedral de Sant Pere el Vell D'Osca

Objectius

- Entendre la religió com un sistema de comunicació icònic, de lectura simbòlica.
- Analitzar l'amor i la mort des de les seves manifestacions audiovisuals anteriors a la societat de masses.
- Conèixer els recursos no verbals que el poder ha fet servir per a expressar-se.
- Debatre sobre alguns arquetips de relats que han perdurat al llarg del temps i han passat de l'oralitat primitiva als mitjans audiovisuals contemporanis.

Planificació

Mòdul 2: Els relats comunicatius				
Títol apartats	Objectius	Nuclis de coneixement o subapartats	Activitats	Temps
Codis religiosos	Entendre la religió com un sistema de comunicació icònic de lectura simbòlica.	El foc, Jahvè i Al-là Símbols de l'esperit Pòrtics i vidrieres El Totpoderós i els seus sants Relíquies: de la Verge a Marilyn Laberints i alquímies	Localitzar quines herències religioses hi ha en els mitjans.	5 h
Amor i mort	Analitzar l'amor i la mort des de les seves manifestacions audiovisuals anteriors a la societat de masses.	Formes de l'amor antic Cossos, vestits i cosmètiques Enterraments i execucions	Comparar les formes de l'amor cortès amb les d'alguna sèrie o pel·lícula. Analitzar el vestuari d'una sèrie.	3 h
Guerra i poder	Conèixer els recursos no verbals que ha fet servir el poder per a expressar-se.	Soroll i fúria Uniformes, cascos i escuts Tòtems, banderes, segells i monedes Ceptres, corones i cavalls Desfilades propagandístiques	Analitzar els trets distintius del poder actual en els líders televisats.	4 h
Els relats eters	Debatre sobre alguns arquetips de relats que han perdurat des de l'oralitat fins als mitjans de masses.	Usurpadors de Déu La recerca del tresor El doble i l'ombra	Analitzar els arquetips narratius subjacents en sèries i/o pel·lícules.	3 h
				Total: 15 h

Introducció

Des de l'antiguitat, el símbol és expressió de pensaments complexos, de conceptes subtils. El símbol constitueix el nucli dels codis religiosos. Al llarg dels temps es forja un entramat de símbols que esdevé progressivament més sofisticat. Cada religió estableix el seu codi audiovisual complet. Són codis que transmeten missatges sense paraules, visualment: imatges al·legòriques i símbols (fruit d'analogies i abstraccions). Aquests codis també es converteixen en llenguatges de poder, formes d'expressió de jerarquies, actituds, sentiments, identitats, etc.

Codis religiosos

El foc, Jahvè i Al-là



Vegeu "Del primat a l'homínid" de l'apartat "L'animal humà i la cultura" del mòdul 1.

Quan l'home va dominar el foc va trobar el seu camí, el camí de la seva salvació com a espècie: per a la mentalitat humana primordial, el foc representarà el superior, el Sol a la Terra. Sobre aquesta idea es construeix en l'antiguitat el mite de Prometeu: el qui roba el foc del Sol i el baixa a la Terra (mite emparentat amb el de Llucifer, el qui roba la llum). I sobre aquest mite primordial després s'elaboren, mitjançant trames complexes d'arquetips i al·legories, les religions.



Sembla que l'home va adorar el Sol "en forma de adoración al fuego salvador, hijo del sol. Esa adoración no era sólo en forma de gratitud por sus beneficios naturales sino también por haber puesto orden en el mundo moral", escriu Ramón J. Sender. "El fuego iluminó la noche, alejó el crimen y el horror de las bestias nocturnas y también fue el núcleo del hogar. El fuego era en el hogar antiguo el núcleo de la familia, dispensador de calor y vida. Gracias al Sol y a su hijo, el fuego, la humanidad era y es una sola familia" (*Ensayos sobre el infrngimiento cristiano*, Madrid: Editora Nacional, 1975).

Molts dels primers símbols creats per l'home al·ludeixen al Sol i al foc, símbols que després es reelaboraran i s'incorporaran a sistemes religiosos ulteriors.

Des de l'antiguitat, el pensament religiós s'expressarà simbòlicament. Al llarg del temps, s'anirà forjant un sistema de símbols progressivament complex i sofisticat. Cada religió establirà un codi audiovisual complet. Aquests codis transmetran missatges sense paraules, per la via visual de la imatge, l'al·legoria, el símbol (fruit d'analogies i abstraccions).

En la nostra tradició judeocristiana, per exemple, Déu es manifesta a l'home mitjançant llum, foc, llamp, i n'hi ha prou de consultar l'Antic Testament per a comprovar-ho. En l'univers de la Bíblia, Jahvè parla a l'home un llenguatge de signes audiovisuals: amb l'aparició de l'arc de sant Martí, després del diluvi universal, Noè visualitza la promesa divina d'una nova era, d'un "nou pacte constitucional".



Arc de sant Martí

En l'Antic Testament, Jahvè es torna a manifestar altres vegades en forma de foc: una columna de foc guia el poble d'Israel en la seva fugida d'Egipte a través del desert, a la recerca de la terra promesa. Com una veu que sorgís de l'interior del foc, Jahvè va dictar a Moisès els seus deu manaments. I en una altra ocasió, Jahvè tornarà a parlar a Moisès des del foc d'un esbarzer que crema sense consumir-se.



Representació de l'esbarzer cremant-se

Els atributs de Déu estan fixats en la llum, el foc, els llamps, en la tradició iconogràfica cristiana, en l'imaginari col·lectiu. I en la tradició islàmica també es representarà Al·là i Mahoma com una flama.

I llengües de foc (l'Esperit Sant) descendeixen sobre els caps dels apòstols (Pentecosta), que d'aquesta manera adquireixen do de llengües (en una iconografia calcada dels rajos de Ra –el Sol– sobre el cap del faraó Akhenaton i els seus).



Representació d'Akenató com a "Raig de Sol"

Símbols de l'esperit

La creu és part de totes les representacions simbòliques de l'antiguitat quan es tracta de representar el Sol (i potser això és conseqüència, segons alguns estudiosos, del fet que creuar i fregar dos pals permetia a l'home prehistòric d'obtenir foc, el fill del Sol).

Si la creu gira sobre el seu centre, genera una roda, que també és un símbol solar. Jesucrist es descriu a ell mateix com a llum ("jo sóc la llum del món"), cosa que va conduir la iconografia cristiana a adoptar els antics simbolismes del Sol, el foc, la llum. Per aquest motiu, la presència de llantions, ciris, espelmes, candeles, en els llocs de culte.

Els primers cristians van dissenyar un símbol complex sobre la creu i la paraula *Crist*: el crismó, que a l'edat mitjana ocuparà els timpans de molts pòrtics d'esglésies.



Crismó del timpà de la portalada occidental de la catedral de Sant Pere el Vell d'Osca (segle XI).

Inscrites en un cercle, se superposen les dues lletres inicials de la paraula *Crist* en grec (cal recordar que els primers textos dels evangelis es van escriure en grec), és a dir, de la paraula *Khristos*, la X (lletra khi majúscula) i la P (lletra ro, erra majúscula). Dins el cercle, que evoca una roda, símbol antiquíssim del Sol, parlen del caràcter solar de Crist i del seu domini sobre el món. El monograma es completa amb la S (de *Khristos*) al peu de la ro, i amb un braç transversal, formant creu (que evoca la creu ansata, la clau de la vida eterna dels egipcis), del qual pegen la primera i l'última lletra de l'alfabet grec (α –alfa– i Ω –omega–), al·legoria del principi i de la fi dels temps, del naixement i la mort.

També s'hi poden veure vuit margarides, representació oriental de les formes eucarístiques. En l'anell d'aquest crismó hi ha una inscripció que diu: "Lector, en aquesta escultura reconeixeràs el següent: la P designa el pare, la A, el fill i la lletra doble, l'Esperit Sant. Tots tres són en realitat un únic i mateix senyor", una explicació de la Trinitat divina que s'afegeix al simbolisme essencial de l'anagrama.

Als dos costats de l'anagrama es representen sengles lleons, protectors del crismó, dens símbol cristià durant el romànic, que en el gòtic es transformarà en la rosassa, cercle fet llum.

Un crismó és un compendi de llenguatge visual i d'anagrama, un resum de Jesucrist i del missatge del cristianisme.

Les sectes i els grups religiosos desenvolupen els seus propis símbols, signes identificadors, "logotips", senyals. En els primers temps del cristianisme, a Roma, els cristians clandestins s'identificaven mitjançant el dibuix d'un peix. Peix, en grec, s'escriu *Ykhtys*. I *Ykhtys* era un acròstic de *Crist*. El següent:

Yesous ('Jesús')
Khristos ('Crist')
Teou ('de Déu')
Yios ('Fill')
Soter ('Salvador')

És a dir, "Jesucrist, fill de Déu, Salvador": *Ykhtys* (és a dir, *peix*)



Al seu *Diccionario de símbolos* (vegeu bibliografia), Juan Eduardo Cirlot compila els símbols emprats pel cristianisme i per altres tradicions religioses, que donen la mesura de la complexitat del bosc simbòlic religiós. La seva lectura aclareix molts sentits d'iconografies que es continuen utilitzant avui en el món de l'art.

Així, doncs, n'hi havia prou de dibuixar un peix per a identificar-se com a coneixedor de la doctrina cristiana.

Pòrtics i vidrieres

Durant tota l'edat mitjana va predominar la cultura oral, perquè l'escriptura i l'alfabetització encara eren cosa de grups minoritaris de clergues i trobadors. Com que llavors els règims polítics eren teocràtics (poder emanat de Déu), el missatge religiós era central, i el poble havia de tenir accés a aquest missatge d'una manera directa, al marge de l'escriptura: era un accés audiovisual, amb relats orals i imatges.



Detall del pòrtic de la Majestat a la col·legiata de Toro (Zamora), del segle XIII.

La majoria dels pòrtics medievals estaven profusament pintats, policromats. Els fons, les robes de les estàtues, les cares, etc. eren conjunts escultòrics que il·lustraven i animaven les vides i les actituds dels protagonistes de la història sagrada. "En este pórtico trepan por las arquivoltas ángeles, apóstoles, mártires, obispos, vírgenes y 18 músicos" (Inés Elexpuru, *El País*, 16-3-2002). També s'hi pot veure "un Cristo rodeado de ángeles tocando animosos los instrumentos de la redención. Para completar la escena, un puñado de condenados sufriendo como tales, y unos cuantos elegidos gozosos recibidos por un Dios Padre en el jardín del paraíso".

Una església medieval, doncs, era una autèntica biblioteca en pedra. El fidel s'acostava al pòrtic i des dels muntants i les arquivoltas el miraven i li parlaven una cohort de sants, d'apòstols, de patriarques. Al mainell, la Verge Mare. Al timpà, Crist en majestat.

Aquestes imatges tenien un caràcter exemplar i educatiu, edificaven sobre la fe cristiana. Una vegada dins el temple, s'acumulaven les imatges i els seus missatges (des de la mateixa forma de la planta, en creu). A partir del gòtic, els vells crismons romànics s'han transformat en esplèndides rosasses sobre els pòrtics.

L'espai de les rosasses i dels finestrals, cada vegada més amplis, dels temples gòtics s'aprofitarà també per a comunicar, per a narrar, mitjançant l'espectacle de les vidrieres.



Vitralls de la Sainte Chapelle, París.

D'alguna manera, les vidrieres gòtiques (dels segles XIII al XV) són el bressol de part del fet audiovisual. Exposades a la contemplació de l'espectador des de l'interior del temple, gràcies a la llum solar que les travessa, són un precedent de l'espectacle visual que seran el cinema i la televisió.

La vidriera és un precedent de la llanterna màgica, que, al seu torn, i mitjançant procediments d'animació, precedirà el cinema (i el projector de diapositives). No debades es va qualificar l'art gòtic com l'art de la llum. Les vidrieres són les portadores de la llum solar a l'interior de la cova catedralícia (i la seva qualitat química, per cert, és avui difícilment reproduïble amb tècniques industrials: el vidre gòtic és fruit d'una alquímia genuïna).

El Totpoderós i els seus sants

La figura central de la iconografia cristiana és Jesucrist. En els primers segles del cristianisme, Jesucrist es representa en majestat, és a dir, al cel, després de la resurrecció, vestit i no patint a la creu. A partir del segle V també se'l comença a representar durant la crucifixió, a la creu, cada vegada amb més realisme dramàtic: evoluciona el gust visual envers el realisme.

Una de les representacions de Jesucrist més comunes des del principi del cristianisme és el pantocràtor (terme grec que significa 'omnipotent', 'totpoderós': *panto*, 'tot', i *crator*, 'poderós'): està assegut, en posició frontal, en actitud de beneir, amb un llibre a la mà esquerra, i embolicat en una màndorla ('ametlla' en llatí) mística, amb els colors de l'arc de sant Martí.



Pantocràtor de Taüll

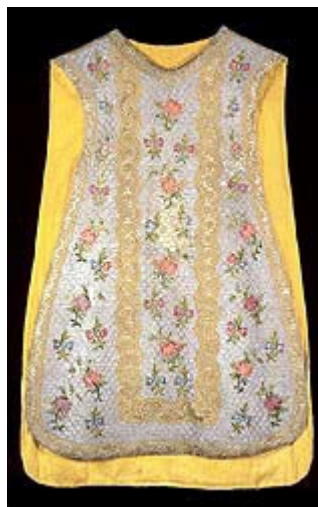
Aquesta imatge policroma de Crist omnipotent ("Ego sum lux mundi", diu: 'Jo sóc la llum del món'), a l'absis de l'església romànica de Sant Climent de Taüll, de l'any 1123, representa a la perfecció la imatge de Jesucrist de l'època, savi, protector i poderós, sota la protecció del qual es podien sentir més segures les petites comunitats pirinenques enfilades al capdamunt de les valls muntanyoses. La visió de la resta dels murs, amb escenes pintades amb colors vibrants, oferia relats exemplaritzants als parroquians.

De vegades, el pantocràtor es presenta acompanyat del tetramorf ('quatre formes'): els quatre evangelistes, cadascun representat amb una forma: àliga, lleó, brau i home.



A continuació hi ha alguns exemples d'aquest codi audiovisual del cristianisme:

- Sant Antoni Abat: apareix amb un porc i, de vegades, amb una flama. Era el sant a qui s'adreçaven els malalts d'ergotisme (o malaltia de sant Antoni), un herpes amb nafres doloroses, que feien "cremar" la pell del malalt. Els antonians (ordre de sant Antoni) feien servir el greix del porc per a alleujar el mal.
- Palma: és l'atribut dels màrtirs (raó: en un evangeli apòcrif s'explica que en fugir a Egipte la Sagrada Família es va alimentar amb els dàtils d'una branca de palmera. Després va baixar un àngel i es va emportar la branca al cel, i el nen Jesús va dir: "Aquesta palma està reservada a tots els sants en el lloc de les delícies, el Paradís, tal com havia estat preparada per a nosaltres en aquest desert").
- Calze amb serp o aranya: al·ludeix a enverinaments frustrats contra el sant al costat del qual es representa.
- Mitra a terra: n'hi ha tantes de representades als peus del sant com vegades hagi refusat aquest sant la dignitat episcopal que se li ofereix (la mitra és una lligadura de forma triangular, d'origen persa, antic símbol fàl·lic, solar). Les casulles per a oficiar cerimònies també van ser adoptades –amb tota la seva esplendor de filigrana daurada i simbologies orientals– pel cristianisme de ritus de religions anteriors, com la mitraica, que tenia com a déu el Sol. És habitual que en les casulles hi hagi representacions florals (al·legories del Sol), celestes i clarament solars.



Casulla

- Tiara: lligadura, originalment cònica, després bombada i amb tres corones superposades: només en porten els papes. Per tant, aquest tocat "parla" a l'espectador de la dignitat papal de qui el porta, en persona o en efigie.



Tiara

- Triangle o trèvol: símbols de la Trinitat.

- Àncora: símbol de l'esperança.
-

A més de Jesucrist, la iconografia dels temples cristians s'esplaiava en les figures d'un profús rosari de sants, cadascun amb els seus atributs (les seves peripècies, els seus poders i facultats) expressats en clau simbòlica, comprensible per al clergat i el poble.



És recomanable la consulta de l'obra *Iconografía del Cristianismo*, de Luis Monreal y Tejada (2000, Barcelona: El Acanalado), en què s'inclou una antologia dels motius iconogràfics més freqüents en les obres d'art de referent sacre cristià i veterotestamentari.

Ja va ser en el segle VII quan el papa Gregori I el Gran ho va veure clar: va ser conscient de l'important paper de les representacions iconogràfiques per a la cohesió del ramat, del poble de Déu. El papa Gregori va convertir l'art de les esglésies en un instrument de propaganda. N'hi ha prou de llegir el que va escriure per a comprendre-ho amb claredat:



"A les esglésies es fa ús de la representació pictòrica per aquesta raó: perquè els que no coneixen les lletres almenys puguin llegir mirant les parets el que no són capaços de llegir en els llibres. Per tal que els analfabets disposin de mitjans per a assolir cert coneixement de la història [...], ja que el que l'escriptura ofereix als lectors, la pintura ho presenta a la contemplació dels ignorants perquè també ells tinguin models a seguir. Així llegeixen els analfabets. Per això una pintura és el substitut de la lectura."



Activitat 1

- Fins a quin punt, avui, els mitjans audiovisuals ofereixen a la població la "lectura" que no busquen en els llibres?
 - Els relats dels mitjans audiovisuals serveixen els missatges del poder?
-

Relíquies: de la Verge a Marilyn



Cesare Marchi, a *Grandes pecadores, grandes catedrales* (1988, Barcelona: Seix Barral), consigna les velles relíquies que custodiava la catedral de Notre-Dame, a París, abans de la devastació de la Revolució Francesa:



"Antiguamente, en la catedral se veneraban los huesos de santa Ana, patrona de los orfebres; un dedo curador de san Nicolás; la costilla del rey san Luis, regalo de Felipe el Hermoso con la esperanza de hacerse perdonar la bofetada de Anagni; un dedo del Bautista y un brazo de san Simeón. Además se llevaban a cabo intercambios, como entre coleccionistas: por un fragmento del cráneo de san Dionisio (el mártir que, decapitado por los romanos en la colina de Montmatre, se agachó a recoger su propia cabeza) el capítulo obtuvo del duque de Bligny la cabeza del apóstol Felipe. Hay que añadir que en el siglo XVII se daba por cierta la presencia de un frasco con leche de la Virgen. Actualmente las piezas más admiradas son la corona de espinas que consiguió san Luis, un clavo de la Cruz, un fragmento de ésta (veintidós centímetros) y el Cristo de marfil que a su favorita Louise Lavallière le regaló el rey Sol, aquel monarca cuya muerte el populacho simuló llorar restregándose cebollas en los ojos."

La religió cristiana ha anat construint un complex codi audiovisual durant dos mil anys. Una part d'aquest codi audiovisual el van constituir les relíquies (del llatí *reliquiae*, 'residu', 'part d'un tot'), objectes relacionats amb Jesucrist, la Verge o els sants, incloent-hi, en aquest últim cas, restes dels cossos.

Tenir unes gotes de llet de la Verge, fragments del bolquer del bebè Jesús, el sant prepuci de Jesús circumcidat, part del tronc de la creu (*lignum crucis*) o ossos de sants i màrtirs atorgava, segons la relíquia, més o menys atractiu a l'església que la custodiés i, com avui la cartellera cinematogràfica o la programació televisiva, l'església que ofería més bon "programa", atreia més públic (cosa que repercutia immediatament en l'arqueig diari dels ingressos en almoines i òbols).

La pulsio per la relíquia no s'ha circumscrit a l'àmbit de la religió cristiana. L'islam té com a lloc més sagrat la ka'ba, a

la Meca, una pedra negra. No és una relíquia en sentit estricte, però s'hi ha de peregrinar almenys una vegada a la vida, per designació de Mahoma, que va fundar l'islam en aquest indret.



Recinte sagrat de la Meca amb la kaaba



Reproducció de l'interior de la kaaba

Aquest sistema de comunicació audiovisual el va posar en pràctica fins i tot un estat aconfessional i laic com la Unió Soviètica, que va mantenir momificat i exposat el cadàver complet de Lenin als murs del Kremlin, com una relíquia de la nova religió comunista.

Les peregrinacions turístiques als grans estudis de cinema clàssic a Califòrnia mantenen connexió antropològica amb les antigues peregrinacions religioses. Per a molts, veure i poder tocar l'empremta de les mans de Marilyn Monroe al passeig de la Fama de Los Angeles (o un floc dels seus cabells) té el valor que per a d'altres té l'empremta que va deixar Mahoma en una pedra en ascendir al cel (avui custodiada per la mesquita de la Roca, o d'Omar, a Jerusalem).



Mur de les lamentacions i mesquita d'Omar

Les subhastes periòdiques d'objectes personals que pertanyen a estrelles de la música o el cinema també evocuen el culte medieval a les relíquies, aquestes últimes impregnades de la sacralitat que emana de la divinitat, mentre que les primeres impregnades de la sacralitat que deriva de la fama, el panteó del nou politeisme.



Activitat 2

- Quines reminiscències religioses –paral·lelismes, llegats, herències– podríem detectar avui en els mitjans audiovisuals, en els seus relats, en els seus protagonistes?
- Intenteu analitzar un serial, una telesèrie, una pel·lícula, un concurs, un informatiu d'acord amb els patrons de la iconografia religiosa, dels codis icònics fixats per la tradició religiosa cristiana.

Laberints i alquímies

Als homes de l'edat mitjana no els calia llegir un tractat d'art per a entendre els missatges de les talles, els retaules, les escultures, les pintures i tota mena d'imatges que hi havia a les seves esglésies. Cadascuna evocava en el seu imaginari un relat, una anècdota, una part de la història sagrada.

Tanmateix, hi ha estudiosos que sostenen que es tracta d'imatges que fan al·lusió, al mateix temps que a un missatge cristià, a un codi hermètic, ocult. Un codi de sabers esotèrics, relacionats amb l'alquímia. A *El misterio de las catedrales* (1967, Barcelona: Plaza y Janés), l'iniciat **Fulcanelli** s'aplica a fons a desxifrar les figures i els símbols de diverses catedrals des d'un angle alquímic.

Així, la Verge Mare, mare de Déu, seria expressió de la recuperació d'un culte a la mare Terra i, en clau alquímica, a la matèria primigènica de la qual sorgeix tot. Missatge esotèric, alquímic: arribar a Déu per la mare, és a dir, arribar a l'esperit a través de la matèria. Moltes d'aquestes verges són negres. Per a l'alquímia, el negre és el color de la matèria (*mater*, 'mare', 'matriu') originària, la substància elemental, primitiva, bàsica.

A la seva obra *El enigma de la catedral de Chartres* (1969, Barcelona: Plaza y Janés), **Louis Charpentier** escriu:



"En el entreaño de la puerta central está santa Ana, la madre de la Madre. Ana es la madre suprema. Para los alquimistas, es el matraz de donde todo ha salido [...]; en el pórtico de la derecha se observa el tímpano ocupado por Job en su estercolero, representación simbólica de la putrefacción que prepara el renacimiento en el matraz [...]."

També hi ha un altre símbol curiós que veiem en diverses catedrals gòtiques: el **laberint**. Un laberint dibuixat a l'enllosat de la catedral. És famós el de la catedral de Chartres.



Reproducció del laberint representat al terra de la catedral de Chartres

El laberint és un símbol que segurament ha tingut significats successius o simultanis al llarg dels mil·lennis i les civilitzacions. En el cas de l'enllosat de la catedral gòtica, representava el llarg i tortuós camí de peregrinació a Terra Santa (al seu torn, símbol de la peregrinació vital, del camí cap a la perfecció, cap a la santedat). Un símbol de millora. Recórrer-lo era una manera simbòlica de peregrinar. Molts fidels en recorrien les seves inacabables voltes i revoltes caminant... o de genolls.

Cal recordar que el laberint és un símbol que ja és present en la prehistòria, en petroglifs (gravats sobre roca): en realitat eren calendaris lunisolars, registres de les evolucions de la Lluna i el Sol. Aquest ús pràctic primitiu es va oblidar, però va persistir la importància i el sentit sacre del laberint.



Podeu consultar "Del símbol a l'art: narradors d'històries" a l'apartat "El triomf de la ment simbòlica" del mòdul 1 d'aquesta assignatura.

Amor i mort

Formes de l'amor antic

La tradició literària, i després el cinema i la televisió, han fixat en el nostre imaginari uns prototips i estereotips sobre

les relacions amoroses. Les formes d'expressió de l'amor, de l'erotisme, de la seducció, han estat diverses al llarg dels segles i dels indrets.

La universalització del cinema i la televisió ha contribuït a uniformitzar, a homogeneïtzar aquestes fórmules, aquest codi audiovisual. Un codi que es va ritualitzar i es va fixar en gran mesura durant l'edat mitjana, amb el talent dels trobadors (com relata **Denis de Rougemont** a *El amor en occidente*) i el seu concepte de l'amor cortès.

Però a l'antiguitat més remota ja hi havia missatges visuals per a la seducció amorosa: els egipcis havien desenvolupat una complexa i subtil habilitat per als maquillatges, per exemple. Els ulls, els llavis, els pòmuls, les ungles, etc. eren pintats i embellits ricament, sense oblidar l'ús profús de perruques.

A Grècia, més tard, les relacions homosexuals eren un costum quotidià entre els homes. La relació home-dona, en canvi, tenia una finalitat primordialment reproductiva, mentre que en la relació home-home s'inclouïa la diversió, el plaer i, d'alguna manera, la cultura entesa com a sofisticació, elaboració.



Estrató de Sardes, poeta grec, va escriure:



"Les bèsties desproveïdes de raó gaudeixen de l'amor... com unes bèsties! Però nosaltres, éssers superiors i racionals, hem descobert la bellesa d'un amor fet al revés."

I Calicràtides, al seu torn:

"La raó humana, guiada per la ciència, després de diverses i contínues experiències, ha sabut triar el millor i el més bell, i ha considerat els amors i afectes masculins com els més sòlids i els més nobles."

Així, doncs, a Grècia la dona vivia reclosa, apartada. Els casaments s'acordaven gairebé com a qüestions d'interès material i pràctic (i fins i tot era l'Estat qui completava el dot de la núvia quan la seva família no podia: s'havia de promoure la natalitat). El casament anava seguit d'una processó nupcial amb càntics, i també se simulava el segrest de la núvia per part del nuvi, amb fingiment d'horror i escàndol per part de les amigues de la núvia. Sens dubte, es tractava d'una reminiscència teatral escenificada de com devien succeir les coses en temps ancestrals.

Més tard, a Roma, Ovidi canta a l'amor en la seva obra *Amors*, en la qual l'autor retrata una successió d'enamoraments molt similars als moderns, amb els seus adulteris, gelosia i avortaments. El cos humà hi és omnipresent, i també la seva faceta hedonista i de plaer.



Escena eròtica de les termes suburbanes de Pompeia (segle I a.C.)

A Roma es fixen unes fórmules per al matrimoni, per les quals el pare *manumite* allibera la dona per a lliurar-la al marit (tot i que, sovint, continuava essent propietat del pare), i l'ús d'anells expressava la "donació".

Les arres o l'anell de casament són una expressió simbòlica del compromís, que encara avui persisteix i forma part de l'univers icònic dels casaments.

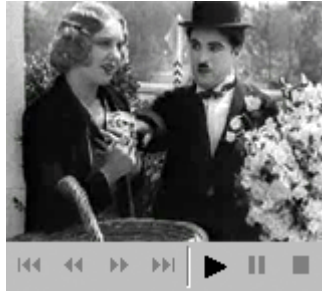
L'aspecte hedonista en la relació entre els cossos canvia radicalment durant l'alta edat mitjana: s'abandonen els banys públics i gimnasos, es desconfia de la netedat i de les cures del cuir. Aquest abandonament parla, icònicament, del menyspreu pel que és material i terrenal, corrompible i passatger, i de l'interès pel que és espiritual. L'amor es redueix pràcticament a l'exercici de l'acte reproductiu, al servei únic del disseny diví: "Creixeu i multipliqueu-vos".

La baixa edat mitjana i l'emergència de corts locals comportarà l'existència de poetes itinerants: els trobadors, els qual

fixaran, amb les seves composicions poètiques, una concepció refinada i polida de la relació amorosa, en un gènere que es coneix com a *fin'amors* (fi d'amor).

El trobador ha tingut un paper fonamental, fundacional, en el desenvolupament de la cultura amorosa d'Europa i d'Occident: fins llavors s'havia practicat l'acte sexual, però en aquell moment es racionalitza l'acte amorós, s'explica, es comenta, es converteix en tema de conversa i disquisició.

El personatge de l'enamorat adquireix categoria literària, i, des dels cercles cortesans, s'estén al poble en general. Des de llavors, la gent s'enamora seguint uns patrons emocionals fixats per la literatura. El moviment romàntic, en el segle XIX, donarà l'expressió màxima i extrema d'aquell estadi d'exacerbació sentimental de les passions amoroses, i es manifestarà en una multitud d'obres d'art literàries, pictòriques i, després, cinematogràfiques. Des del cinema mut, les pel·lícules mostren una legió d'enamorats que es desviuen per cortejar i seduir poèticament la seva estimada, incloent-hi el personatge enamoratís de Charlot.



Tots aquests conceptes de l'amor cortès els explica l'historiador de la literatura **Carlos Alvar** a *Poesía de Trovadores, Trouvères y Minnesinger* (1987, Madrid: Alianza Editorial).



"Una de las características de la *cansó* es el especial concepto del amor que refleja: el *amor cortés* o *fin'amors*, como se ha llamado, es uno de los hallazgos más importantes de los trovadores: frente al desprecio habitual que se mostraba hacia la mujer, los trovadores van a considerarlas como algo muy superior, como su señor feudal. La originalidad consiste, además, en que a lo largo de la poesía de los trovadores se establecerá un paralelismo entre la relación *vasallo-señor feudal* y *enamorado (trovador)-dama*; este paralelismo es total y para entenderlo en su exacto valor debemos hacer un breve paréntesis para referirnos al feudalismo.

"El empleo del léxico feudal en las relaciones entre el poeta y la dama es constante: podemos aducir cantidad de ejemplos; quizá el de más trascendencia se da en la designación de la dama como *midons* («mi señor»); por no insistir en el interés de todo trovador en que la dama le tome las manos y le de el beso, mediante el cual pasará a ser su vasallo, es decir, a tener una relación personal; e inmediatamente se comprende que *servir* sea sinónimo de *amar*...

"Por lo general, se suele considerar la poesía de los trovadores como un canto platónico a la dama querida; sin embargo, son tan abundantes las excepciones, que no se puede aventurar tal principio. Los mismos poetas dan muestras, con frecuencia, de los distintos avances que han experimentado en el terreno amoroso; en este sentido, debemos observar que el análisis que se hace de la pasión amorosa en los versos de los trovadores lleva a establecer distintos grados y que serían (según un autor anónimo de mediados del siglo XIII): *fenhedor*, cuando el enamorado no se ha atrevido a manifestar sus sentimientos; *pregador*, si le ha expresado a la dama su amor; *entendedor*: la dama le acoge con buena cara, le hace caso y premia al enamorado con sonrisas y diversas prendas; *drutz*, si «lo acoge bajo sus mantas». En definitiva, estos cuatro grados corresponden a los cinco estados que señalan los tratadistas latinomedievales, al hablar del amor, pues –según indican– la pasión amorosa evoluciona siguiendo siempre unas pautas definidas, que comienzan con el *visus* («contemplación»), *alloquium* («conversación»), *contactus* («caricias»), *basia* («besos»), *factum* (en provenzal, *fach*, «acto»); por último se ha señalado que en algunos casos el *fach* no llega a realizarse y se limita a ser un *assai* o *assag* («ensayo, prueba»), relación incompleta que se halla documentada en abundantísimos testimonios literarios.

"Por otra parte, existe total incompatibilidad entre amor y matrimonio, ya que sólo la dama casada tiene entidad jurídica en la Edad Media: la doncella no puede poseer vasallos y, por lo tanto, tampoco enamorados, según la concepción del amor cortés. Este principio hace que las relaciones entre trovador y dama tengan que ser lo más secretas posible, pues en caso contrario se compromete algo más que el honor de la dama, la vida del poeta: abundan los ejemplos (cfr. La *Vida* de Peire Vidal).

"El trovador recorre a un pseudónimo (llamado *senhal*) para esconder a la persona amada; lo más frecuente es que la misma dama lleve siempre el mismo *senhal*. Es necesario indicar, no obstante que a veces este pseudónimo puede aplicarse a personajes de sexo masculino.

"Por su parte, el marido a veces no tolera la actitud del trovador con respecto a la dama; entonces, se hace *gilos* («celoso») y presta oídos a los *lausengiers* («aduladores» o «envidiosos»), que no dudan en acusar a los enamorados con tal de obtener los favores del señor, que castigará cruelmente a los amantes, como hemos visto más arriba."

Així, doncs, des de les corts amb trobadors la dona pren protagonisme, passa a ser objecte de l'interès poètic i creatiu. Al seu torn, cristal·litza la idea que la passió amorosa és l'assumpte principal de la vida de la dona. La televisió, amb serials romàntics i telenovel·les, expressa aquesta preeminència del sentiment i l'amor.



Activitat 3



Gravat provençal d'amor cortès



Cary Grant i Grace Kelly a *Atrapar un lladre*, d'Alfred Hitchcock.

- Compareu algun text d'amor cortès escrit per un trobador provençal (o el de l'estudi que es facilita aquí sobre) amb algun argument d'amor d'alguna pel·lícula o sèrie de televisió.

Als poemes trobadorescos s'hi recullen situacions d'infidelitat i tot (no en va Enric II Plantagenet va acabar tancant la seva esposa Elionor d'Aquitània en un castell, per precaució, atesa la seva afició als trobadors).

Un hàbit que aleshores no era estrany és que dos homes es fessin un petó a la boca, com a senyal d'aliança, pacte, compromís, etc.



Així es recull al *Llibre dels feits* de Jaume I, quan fa les paus amb el seu gendre, el rei de Castella, Alfons X:

"Es van trobar i es van abraçar i es van besar a la boca i van plorar molt i es van demanar perdó."

A l'Europa occidental (una altra cosa és l'islam o l'Europa eslava), dos homes no es tornaran a fer petons a la boca en les representacions artístiques i en les ficcions fins gairebé a les acaballes del segle XX, en algunes pel·lícules cinematogràfiques.

Cossos, vestits i cosmètics

El cos és un llenguatge audiovisual, i en cada moment se'l dota d'elements que codifiquen aquest llenguatge.



L'edat mitjana va posar molta cura en aquests codis audiovisuals i va establir en la literatura "un código absolutamente específico, así como la recurrencia de un *topos* que asigna al cuerpo femenino los componentes de una belleza canónica: blancura de tez, realzada por un toque rosado, cabellera rubia, disposición armoniosa de los rasgos, rostro alargado, nariz aguda y regular, ojos vivos y reidores, labios finos y bermejos" (Philippe Ariès i Georges Duby a *Historia de la vida privada*, 1991, Madrid: Taurus).

A l'edat mitjana es pondera la bellesa natural, però es proposa l'ús de tota mena de coloretts i cosmètics per a realçar-la quan aquesta bellesa natural no dona la talla que es pretén.

El mateix passa amb la indumentària: parla de la condició civilitzada de l'home (davant la nuesa animal) i a més es constitueix en un codi de l'estatus social de l'individu:



"El vestido es una de las señales esenciales de la conveniencia social, hasta el punto de que la costumbre de las asambleas y las procesiones asigna a cada parte del pueblo su papel y su lugar, identificable por la forma y el color" (Philippe Braunstein, "Aproximaciones a la intimidad", a *Historia de la vida privada*).

Philippe Braunstein escriu: "Se reconocía al comerciante por su aspecto, al senador veneciano por el color negro que ostenta, al judío por su estrella, y a la muchacha de mala vida por el amarillo de su falda". Els camperols fan servir barret, pellissa i calces, i en la indumentària un abisme els separa de l'aspecte dels rics. "Suntuoso o simplemente cómodo, el atuendo se halla estrechamente ligado a lo íntimo [...]. El vestido es siempre más que la materia de la que está hecho y sus adornos, y se extiende al comportamiento, determina este último tanto como lo valora: señala las etapas de la vida, constituye a la construcción de la personalidad y afina el contraste entre los sexos".



Els ambaixadors, de Frans Holbein (1533).

La pintura ha reflectit la dignitat i la posició dels personatges retratats, al principi grans senyors i reis, però a partir de cert moment, també burgesos i poble senzill en la vida quotidiana.



Podeu consultar l'apartat "La pintura" del mòdul 3 d'aquesta assignatura.

Al quadre *Els ambaixadors*, pintat per Holbein el 1533, cada objecte, incloent-hi particularment les robes, parla dels personatges, del seu estatuts, de la seva dignitat, de la seva posició social, de la seva erudició i coneixements, etc. Entre les robes hi ha pells, colors i estampats cars, penjolls, adornaments, i riquesa en els objectes.



"Salvo las manos y los rostros, no hay en todo el cuadro una superficie que no nos hable de su cuidada fabricación –por tejedores, bordadores, tapiceros, orfebres, guarnicioneros, mosaiquistas, peleteros, sastres, joyeros– y de cómo ese trabajo y la riqueza resultante ha sido finalmente retrabajado y reproducido por el pintor", escriu John Berger a *Modos de ver* (2000, Barcelona: Gustavo Gili).

En aquest quadre hi ha un element enigmàtic: una calavera pintada d'una manera distorsionada, ovalada i obliqua: és una presència de la mort, un *memento mori*, un recordatori que som mortals, i està pintat així perquè "si el cràneo hubiese sido pintado como el resto, habría desaparecido su implicación metafísica, se habría convertido en un objeto como cualquier otro", hauria semblat un objecte més de la col·lecció dels ambaixadors, encarnació dels nous dominadors del món, colonitzadors del planeta (apareix un globus terraquí) des d'Europa (el llaüt, els llibres, etc.).

És il·lustratiu de l'estratificació social simbolitzada pel codi visual del vestit aquest text de **Montserrat Rumbau** (*Com érem fa 700 anys*, 1996, Barcelona: Tibidabo):



"Al testament de Tomás Espanyol (1250), burgès ric de Vic, deixa a dues de les seves filles que vol que ingressin al convent un vestit de tela blanca de Narbona a cada una, que els servirà de vestit en la seva professió monàstica. A les altres dues filles, un vestit per a cada una de tela oriental vermella, que són els que els serviran per a casar-se. És freqüent en aquesta època que les núvies de cases riques es casin amb aquesta tela vermella. Com que els vestits blancs no són tan cars com els vermells, a les dues primeres germanes Tomás els dona, a més, un llit."



Activitat 4

- Comproveu la funció que exerceixen les indumentàries per a caracteritzar i definir cadascun dels personatges d'una telecomèdia (o de qualsevol gènere de sèrie de televisió), i com ajuden a "entendre" o a aportar comicitat o contrastos a cada personatge.
-

Enterraments i execucions

Una expressió plàstica, audiovisual, del poder i la posició social d'un individu són els seus propis funerals, les "pompes fúnebres". Això ha estat així des de l'antiguitat, i en cada moment s'ha donat un codi que ha expressat en les exèquies fúnebres la categoria social i la condició del mort.

Des de l'Antic Egipte –com està documentat en frescos i en tombes– fins a l'època medieval, tot funeral exigia la presència de persones planyívols que s'esgargamellaven en plors i crits, més forts i esquinçats –i més quantitat de gent que es planyia– com més fos l'autoritat del mort.

A l'edat mitjana està ben documentat per **Georges Duby** l'enterrament de Guillem el mariscal, un noble del segle XII que mor de vell a la primavera del XIII, el 1219 (*Guillermo el mariscal*, 1997, Madrid: Alianza Editorial), i que, en veure aproximar-se la mort, ho prepara tot: "Guillermo convoca a aquéllos que constituyen el cuerpo del que él es cabeza. Un grupo de hombres [...]. Es preciso este numeroso entorno para el gran espectáculo que va a comenzar, el de la muerte principesca". Duby explica que "las bellas muerte en este tiempo son fiestas, se despliegan como sobre un teatro ante un gran número de espectadores, ante un gran número de oyentes...". El moribund principesc ho va preparant tot en "una transición tan pública como lo eran las bodas". En aquest cas, inclou vestir-se amb l'hàbit templari per a passar a ser monjo moments abans de la mort, i que l'enterrin en el Temple de Londres.

Després de la seva mort, ha disposat que es doni de menjar a càrrec seu a cent pobres que, "desde hace tres meses esperaban, impacientes, el fin de la agonía". Per a perpetuar el record del seu pare, el jove mariscal no encarrega una estàtua, sinó la composició d'una cançó, que va encarregar a un trobador (són 127 fulls de pergami).

Així, doncs, la mort també és una ocasió per a comunicar. La mort d'homes públics i, en particular, de membres de la

reialesa, n'és una bona demostració. L'enterrament de Lady Di al Regne Unit va ser expressió d'aquest codi que inclou festejos, oficis religiosos, càntics, expressions de dol, etc. La televisió i els seus comentaristes i periodistes han pres el relleu dels trobadors i els romancers, i ofereixen al poble el relat de l'últim adéu al mort il·lustre (com ha tornat a passar recentment amb l'enterrament de la Reina Mare a Londres).



Enterrament de la Reina Mare a Londres
(9 d'abril de 2002)

Una manifestació excepcional i suprema de poder a l'hora de la mort la trobem en la tomba xinesa de Qin Shi Huangdi, emperador que va unificar territorialment la Xina, li va donar el nom actual i va fer construir la Gran Muralla. Obsessionat al final dels seus dies per assolir la immortalitat i per la seva pròpia seguretat personal, va ser enterrat envoltat per vuit mil soldats fets de terra cuita, cada un diferent de l'altre, amb trets facials propis.



Soldats de terracota de la tomba de l'emperador
xinès Qin Shi Huan

Devia ser un enterrament d'una magnificència suprema, per a sorpresa i veneració de la població xinesa del seu temps.

Una altra forma molt visual de manifestació del poder van ser les execucions públiques, tant per raons civils com polítiques o religioses. Les execucions públiques de reus (a Espanya ho van ser fins al final de segle XIX) tenien una funció exemplaritzant per al control de *l'statu quo*. Durant segles, els reus d'heretgia van ser cremats a la foguera, en piles individuals o col·lectives, en presència del poble.



Representació de la crema de Savonarola

Savonarola va ser un rigorista de la fe i la pràctica cristiana que va fustigar amb les seves tesis ascètiques l'Església del seu temps a la seva Florència natal perquè la va considerar desencaminada i corrompuda. Finalment, hi va haver una reacció de l'Església i del poder, i va ser enviat a la foguera a la Piazza della Signoria de Florència.

Avui en dia als Estats Units és cíclic el debat de si convé o no l'emissió televisiva d'alguna de les execucions que es fan a les presons de condemnats a mort. Aquí, doncs, la televisió faria la funció de plaça pública.



Activitat 5

- Busqueu exemples en les emissions televisives de funcions exemplaritzants.

L'inculpat no era sempre enviat a la foguera. De vegades estava subjecte a l'anomenada pintura infamant, que es va utilitzar a Itàlia del segle XIII al XVI: consistia en la representació del condemnat "en pose grotesca o denigrante, castigado judicialmente de este modo por ciertos delitos públicos, tales como la traición, malversación, defraudación o bancarrota", com explica Romà Gubern (*El bisonte y la realidad virtual*). De vegades aquesta representació pictòrica s'encarregava a autors prestigiosos com Botticelli o Andrea del Sarto, "y era colocada en lugares públicos y muy frecuentados, generalmente con una leyenda que permitía identificar al condenado, mediante una penalización icónica degradante, que era en realidad un castigo moral".

La pintura infamant és una adaptació moderna de l'ancestral màgia simpàtica: el que es fa a la imatge d'un subjecte afecta realment el subjecte. "Y en no pocas ocasiones la pintura infamante era percibida como más dolorosa que la pena capital, pues ésta se consumaba en un instante, mientras que la humillación de la pintura permanecía expuesta al público durante años y podía afectar al honor de sus descendientes y familiares".



Activitat 6

- Es pot trobar, en els mitjans de la cultura de masses, alguna manifestació que evoqui la pràctica de la pintura infamant?

Guerra i poder

Soroll i fúria

L'home sempre ha fet servir tots els mitjans al seu abast per a comunicar als altres els seus atributs de poder, el seu imperi, la seva capacitat de domini.

Les estratègies que la biologia du a terme en el món animal perquè els individus de diverses espècies animals facin ostentació del seu poder són molt variades. Són formes de comunicació animal que funcionen automàticament, apel·len als centres nerviosos automàtics de les bèsties. En el cas humà, aquests recursos s'han estilitzats i s'han desenvolupat una sèrie de codis a l'hora de la lluita, de la guerra, de defensar la territorialitat (encara que els primers

recursos, els més rudimentaris, apel·len directament al cervell emocional i al sistema límbic).

Se sap que certs pobles de l'antiguitat es llançaven a la batalla emetent prèviament tot el soroll de què eren capaços, amb les cordes vocals i amb l'ajuda d'instruments: un soroll poderós exerceix un efecte paralitzant en l'enemic que el sent, cosa que dóna avantatge a l'atacant.



Mel Gibson a *Braveheart*

Altres recursos audiovisuals han estat fer servir pintures ("pintures de guerra"), màscares, disfresses, abillaments especials que espantin el contrari. En el cinema s'han il·lustrat aquestes estratègies en pel·lícules com *Braveheart* (amb Mel Gibson), en la qual els guerrers pictes escocesos es llançaven a la batalla pintats i fent crits esgarrifosos. Dotzenes de pel·lícules de l'Oest americà també han documentat estratègies similars sobre diverses tribus índies.

Amb el temps, l'ús de banyes, d'instruments de vent, udolants, aguts, penetrants, i, en fi, de la trompeteria, i també de tambors de calibre divers, donarà aquesta faceta sònica als exèrcits, que faran del so una arma més. De fet, els tocs de corneta variats dels exèrcits constitueixen un codi comunicatiu primari i eficaç.



Tambor de guerra

Un episodi de l'Antic Testament porta aquest recurs a l'última expressió: la ciutat de Jericó és conquerida simplement fent sonar unes trompetes. El seu so esfondrarà les muralles de Jericó.

Si el que és auditiu té virtuts bèl·liques, també en té la simple imatge: en el *Cantar del Mio Cid* (1090) es narra el moment èpic en què la simple efígie de l'heroi mort li permet de guanyar una batalla (l'última): el Cid, mort per una fletxa enemiga, és alçat pels seus i lligat al cavall com si fos viu. En veure'l tornar a cavalcar, els moros de València decideixen rendir-se.



Els relats bèl·lics seran una constant de la història de la comunicació en cròniques i ficcions, des de la *Ilíada* d'Homer (la guerra de Troia) fins als llargmetratges sobre la guerra del Vietnam, sense oblidar els films d'espies dels anys seixanta, transposició de la guerra freda mantinguda per les dues superpotències, els Estats Units i l'URSS. Una de les variants d'aquesta guerra freda, la guerra per la conquesta de l'espai, donarà peu a una saga de pel·lícules "espacials", que en els esquemes argumentals inclouran elements de trama bèl·lica: els extraterrestres es presenten com l'al·legoria de l'enemic soviètic, del mal, de l'invasor (la sèrie de televisió *Los invasores* estaria en aquesta estela de ficcions, i també *Star Trek*).

Uniformes, cascos i escuts

La capacitat simbòlica de l'home l'inclina a seleccionar en els elements de la natura i de l'entorn al·legories del poder i la força.

Així, en una àliga (o en un lleó) no veu un simple animal, sinó un símbol de grandesa i domini: col·locar-se al cos o a la vestimenta una ploma d'àliga (o una pell de lleó, com fa l'Hèrcules mitològic després de matar-lo) serà un acte simbòlic –màgia simpàtica– que representa l'assumpció per l'home dels atributs vinculats a aquest element simbòlic.



Breznev

Els sistemes polítics totalitaris vinculen la seva força en el poder militar, i els seus líders es presenten al poble habitualment amb uniforme i indumentària militar, i tot el desplegament simbòlic de les victòries en aquest terreny.

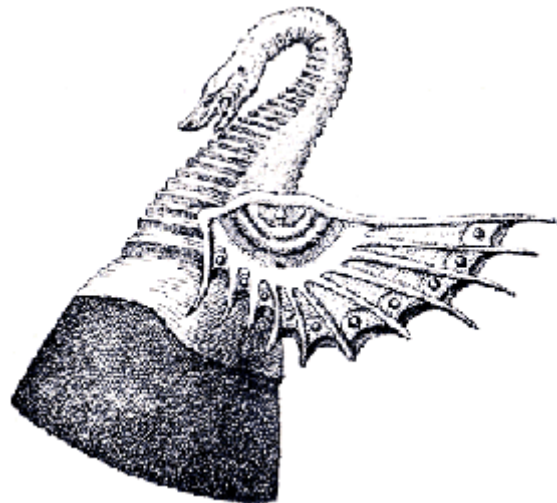
Aquests codis audiovisuals humans es manifestaran d'una manera particular en tot el que té relació amb la guerra, amb les expressions de poder. Aconseguir despulles de l'enemic va ser en temps ancestrals el senyal de la victòria (cal no oblidar que l'*Homo antecessor*, les restes del qual s'han trobat a Atapuerca, practicava el canibalisme amb els enemics) i del domini, i aquesta pràctica s'estilitzaria amb el temps en forma de galons, faixes, cordons, estrelles, creus, medalles de tot tipus que parlen de les glòries bèl·liques dels combatents, o dels seus mèrits diversos al si de la milícia.

A l'edat mitjana es va desenvolupar un llenguatge icònic complex, visual en la impedimenta militar dels nobles i cavallers, des dels cascos fins als escuts, passant pels emblemes brodats o pintats a la roba. Els guerrers croats que a l'edat mitjana marxaven a Jerusalem a lluitar per guanyar per a la cristiandat els llocs sants s'identificaven per portar marcada a la roba d'una manera vistosa la creu que els motivava (i per això la denominació de croats).



Representació de guerrers croats

Els romans ja es guarnien els cascos amb una cimera vermella, i Ricard Cor de Lleó durà a l'elm el lleó d'Anglaterra, al centre d'un plomall de forma semicircular. El 1235 es representa Balduí III amb un plomall de cinc plomes sobre el casc.



Casc del rei Jaume I *el Conqueridor*

El casc o elm guarnit amb la figura d'un drac alat s'atribueix al rei Jaume I, anomenat *el Conqueridor*, monarca de la corona catalanoaragonesa durant el segle XIII. Segons un estudi publicat el segle passat pel baró de les Cuatro-Torres (Madrid, 1894), l'elm que es conserva del rei, fet amb cartró, cuir i esponja, és en realitat un elm de torneig, no de batalla. A la batalla, el casc era de metall, sobri i pràctic. Però aquest elm alat identifica el rei En Jaume, i apareix representat i esculpit en blasons i escuts de pedra, perquè per indicació de Pere IV (mitjan segle XIV) es passa a integrar en l'escut real d'Aragó.

Va ser una pràctica que es va estendre durant el segle XIV, i que Demay explica així:

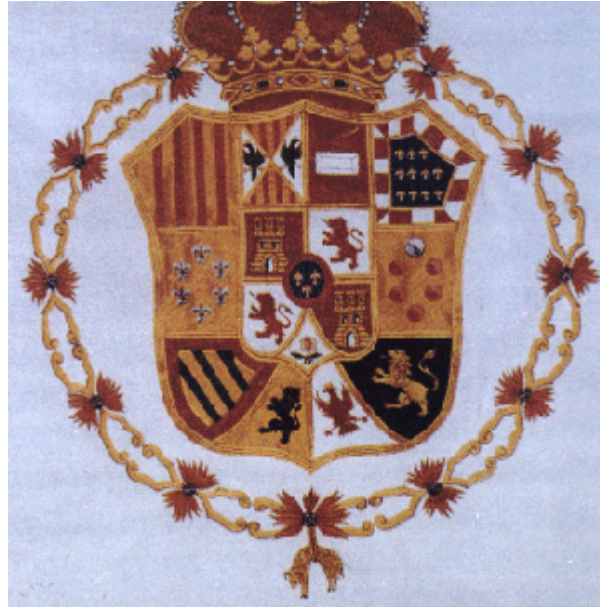


"Durant tot el segle XIV s'afegeixen als cascos uns apèndixs simbòlics anomenats *cimeres*, que tenen per objecte distingir senyories". I tot seguit passa a descriure'ls: "Consisteixen en grans plomalls, de vegades en forma de ventall, parells d'ales, jocs d'astes, animals naturals o fantàstics, figures humanes, emblemes heràldics..."

Cada noble, cada família, desenvoluparà els seus emblemes, els seus escuts, i així neix l'heràldica, un llenguatge complex. Sovint són "escuts parlants", és a dir, basats en la fonètica de noms o cognoms (la figura d'una pera, per exemple, parla d'una família anomenada Pere, pronunciat "pera" en català).

És semblant al que passa a Escòcia amb les *kilt*, teles per a mantes i faldilles de la indumentària tradicional: estan filades amb combinacions de colors formant quadres, i cada família s'identifica per la combinació de colors i els gradients en les composicions dels quadres.

Els escuts identificaran famílies, i també els territoris que dominen. Per un procés d'agregació, la fusió (principalment matrimonial) de dinasties reials s'expressarà en la fusió dels escuts. D'aquesta manera, els escuts "parlen", en un llenguatge visual ple de símbols, del que representen.



L'escut d'Espanya resumeix visualment els processos històrics d'agregació (per matrimoni), annexió (per política) i conquesta (per la guerra) d'una sèrie de territoris peninsulars reunits sota una mateixa corona, fins a completar el territori actual de l'Estat espanyol.

Els uniformes, a la fi, suposen la fixació i reglamentació d'uns codis audiovisuals que van començar per identificar el guerrer com a tal, van crear cohesió i identitat en el grup, li van conferir valor i el van ajudar a infondre temor a l'enemic.

Tòtems, banderes, segells i monedes

L'adopció de símbols ha tingut la funció d'identificar individus dins d'un grup, i també d'identificar grups davant d'altres grups. Com diu l'antropòleg Juan Luis Arsuaga, la capacitat simbòlica de l'home és la que li va permetre de crear les banderes –senyals que l'identificaven, que li donaven sentit–, i aquesta capacitat li va permetre de cooperar amb altres grups –amb les seves banderes– en temps inhòspits i de dificultat. Però aquesta mateixa capacitat simbòlica és la que també l'ha conduït a enarborar aquests símbols per a enfrontar-los els uns amb els altres.



Vegeu "Supervivents gràcies al símbol" a l'apartat "El triomf de la ment simbòlica" del mòdul 1 d'aquesta assignatura.



Banderes, estendards, emblemes, insígnies, escuts, colors de clubs de futbol: símbols identitaris en què els humans transfereixen emocions i sentiments.





Exhibició en la inauguració dels Jocs Olímpics d'Hivern de Salt Lake City (febrer de 2002) d'una bandera nord-americana rescatada de la "zona zero" de Nova York.

Així, doncs, una bandera no és només un tros de tela, sinó tots els afectes, els sabors, els paisatges, les experiències personals que aquell símbol evoca en els individus. Per això una bandera pot moure tantes passions.

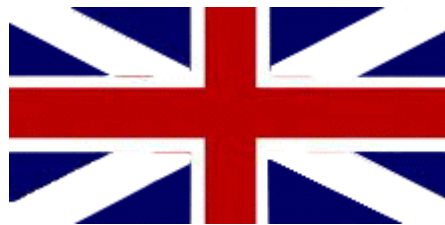
Les banderes han acabat identificant pobles, nacions, estats. Avui el planeta és un mosaic de banderes que donen identitat a grups humans i que expressen simbòlicament la pulsio animal de territorialitat de l'espècie humana.



Cada bandera és resultat d'un procés simbòlic de representacions d'elements naturals o d'altres elements simbòlics: el groc representa l'or, al seu torn símbol de prosperitat i grandesa; el vermell, la sang, símbol de l'heroïcitat, el coratge, etc.

A més, la gènesi de les banderes se sol bressar amb llegendes èpiques (les quatre barres catalanes pintades amb els quatre dits untats amb sang), tot i que també per motius prosaics: les naus espanyoles van adoptar en les ensenyes el vermell i el groc perquè són els colors que es distingeixen millor entre les boires i els fums de les batalles navals, i després va passar a ensenya nacional.

Hi ha banderes que sorgeixen per agregació d'altres banderes prèvies, cosa que simbolitza l'agregació –o annexió– de territoris:



Els indis nord-americans van desenvolupar un sistema similar amb els seus tòtems, talles de fusta policromada d'una altura considerable, que clavaven al terra en determinats punts dels territoris per a delimitar certes zones (zones sagrades). La talla representa deïtats antropomorfes i zoomorfes, col·locades verticalment les unes sobre les altres en un simbolisme complex.



Totem indi

Els poderosos de l'edat mitjana –nobles i reis– es feien gravar en motlles segells amb les seves armes, símbols o emblemes identificadors, amb els quals podien segellar els lacres calents amb què tancaven les cartes i els missatges, cosa que donava autenticitat a aquests papers als ulls del destinatari (sovint aquests segells estaven muntats en un anell que el monarca duia al dit: ha quedat el nom de segell per a aquests anells amb un emblema muntat).



Segell de Ricard Cor de Lleó

L'ús del segell medieval per a autenticar la correspondència derivarà amb el temps en el disseny dels segells de correus, petites peces de paper que mantenen simbòlicament –en alguns casos– l'efígie del monarca (en les monarquies).



Segell de correus

De tota manera, l'ús dels segells per a comunicar-se es remunta a l'any 2800 aC, en el període babilònic: "Podían pasarse cilindros sobre la arcilla mojada para dar impresión continua, y se introdujeron sellos cilíndricos de piedra dura. Grabados con diversos diseños, servían como símbolos personales y eran utilizados como marcas de identificación de la propiedad en una comunidad en la que un gran número de miembros no sabía ni leer ni escribir. Los sellos se llevaban alrededor del cuello y servían para estampar las firmas sobre contratos relativos a la propiedad y pertenencia" (Harold Innis, *La comunicación en la historia*).



Segell cilíndric (i la seva impressió) del període de l'antiga Babilònia (Royal Notario Museum).

La invenció de la moneda també serà una manifestació simbòlica del preu de les coses i els serveis, i funcionarà com un codi visual compartit per una comunitat, al mateix temps que representarà una expressió del poder que encunya i que dóna validesa a aquesta moneda. El segle VI aC, Cres ja encunya a l'Àsia Menor monedes d'or (i també de plata) del mateix pes perquè tinguessin el mateix valor. Les encunyacions portaran com a marques emblemes de famílies dels governants o de les seves poblacions. A Grècia, en el segle VI aC apareix la dracma, moneda feta amb encunyació amb la imatge d'un cap d'òliba (la saviesa) i el cap d'Atena.



El valor simbòlic de la moneda es manté, malgrat que en cada moment expressa el poder que l'encunya i li dóna valor. Aquí, una dracma atenesa i un euro: els separen dos mil cinc-cents anys, però la funció es manté.



Dracma atenesa



Euro

A Orient també es feia servir la moneda, però ja en forma de paper, el paper moneda. Així ho descriu el comerciant venecià Marco Polo en ple segle XIII:



"A la ciutat de Cambalú hi ha el banc del Gran Senyor. Ordena recollir l'escorça de l'arbre de la morera i fabrica paper com el de cotó. És de color negre. Es talla en trossos petits, que valen uns quants cèntims, i en d'altres de més grans que poden assolir el valor de deu monedes d'or. Tots els bitllets porten estampat el segell del Gran Senyor. Ordena fer els pagaments amb aquests bitllets. Ningú no es pot negar a admetre'ls, sota pena de mort. Els mercaders els canvien per perles, o altres mercaderies."

Ceptres, corones i cavalls

El poder sempre ha buscat formes visuals d'expressar-se. Així, doncs, s'han creat codis que s'han anat fossilitzant en una sèrie de símbols i signes. **James Burke** i **Robert Ornstein** expliquen a *Del hacha al chip* (2001, Barcelona: Planeta) que els xamans dels clans prehistòrics portaven un bastó d'os en el qual hi havia gravades informacions decisives per a la supervivència del grup, informacions de tipus astronòmic, i necessàries per a predir els moments de la cacera segons les estacions. "El bastón dio al chamán, y a través de él, al líder de la tribu, la capacidad de predecir los acontecimientos, como el deshielo o la llegada de los salmones", escriuen. Probablement aquest bastó és l'arquetip de la vareta màgica i del bàcul, del ceptre de comandament que va ser símbol de poder en les monarquies (i que encara avui ho és del poder civil i militar –el bastó de comandament).



Vegeu l'apartat "La parla i l'escriptura" del mòdul 3.

Una variant seria l'aspersori, que és un símbol fàl·lic i de fecundació seminal, com explica **Sender** a *Ensayo sobre el infringimiento cristiano*: "El asperges de la bendición con el hisopo fecundador aparece por primera vez en los bajorrelieves asirios. El sacerdote lleva en una mano la cubeta y en la otra una piña con mango que hace de hisopo. En el fondo, asperges seminales. Esos asperges iban acompañados de la inseminación artificial de la palmera datilífera. *Hisopo* es un derivado de *supo* (sexo masculino en los idiomas semíticos)".

La corona també ha estat des de l'antiguitat senyal del poder terrenal, de la dignitat. Entre els grecs eren corones vegetals, d'olivera, llorer, etc., símbols de virtuts i atributs. A Roma ja s'havien convertit en objectes metàl·lics: un cercle metàl·lic en el qual s'apliquen fulles treballades en metalls preciosos. Els etruscos ja van practicar la cerimònia de la coronació: en accedir a la jerarquia reial, el monarca rebia una corona d'or, un mantell porpra i un ceptre rematat per una àliga.



Napoleó Bonaparte, de Jacques-Louis David

Napoleó Bonaparte es va coronar a ell mateix, per a demostrar visualment la magnitud del seu poder, no sotmès a cap altre més enllà de la seva pròpia autoritat. Aquest acte de coronació (la seva i, després, d'ell la de Josefina) es duu a terme malgrat haver assolit el poder en substitució d'una monarquia decapitada: Napoleó no es va poder sostreure a la força visual del codi simbòlic que van deixar les monarquies. Per exemple, l'ús de l'ermeni també era tradicional com a signe de la distinció reial des de l'antiguitat, atesa la dificultat a l'hora d'aconseguir el pelatge blanc d'aquest animal.

Al llarg dels segles, les corones s'enriquiran amb tota mena de filigranes i treballs d'orfebreria i pedreria, i també s'anirà fixant un ritual precís en les cerimònies de coronació, en què solien intervenir papes o arquebisbes a l'hora de coronar els reis. Alguns, tanmateix, es coronaven a ells mateixos, per a simbolitzar la seva independència del poder romà.

També és freqüent la representació dels monarques a cavall. El cavall havia estat durant l'alta edat mitjana la possessió principal per als poderosos, indispensable per a la guerra i l'exercici del poder. Com a bé escàs i valuós per a les nacions, l'Església catòlica va arribar a prohibir, en el segle IV, el consum de carn de cavall, que es va tipificar com a pecat greu, la infracció del qual comportava grans penitències.



Carles V a Mühlberg, de Tizià

En època de Felip IV, ningú no podia tornar a muntar un cavall que el rei hagués muntat prèviament.

Tot i que amb el pas dels segles se'n va simplificar l'accés, el cavall sempre va quedar com a símbol de poder i de noblesa.



Activitat 7

- Analitzeu, en els informatius de televisió, els trets distintius del poder amb què es presenten els líders polítics internacionals.
-

Desfilades propagandístiques

El poder sempre ha expressat el seu imperi i domini amb codis audiovisuals en què ha implicat l'art en les seves formes diverses, en particular fent ús de l'arquitectura i l'escultura.



Vegeu el mòdul 3.

Tant els règims democràtics com les tiranies han expressat simbòlicament la seva presència i concepció del món. Aquesta manifestació externa, audiovisual, de propaganda, ha resultat més senzilla per a les tiranies, atès que tenen un caràcter generalment unipersonal, que permet de representar d'una manera més concreta i simple el poder en una figura humana.

Akhenaton (any 1340 aC), quan va imposar el seu règim monoteista i contrari a la jerarquia dels sacerdots del temple, va inundar Egipte d'esteles i inscripcions amb la seva efigie, que mostraven el seu vincle amb Ra (el Sol), del qual era l'única encarnació.



Representació d'Akenató com a "Raig de Sol"

Després del període d'Akhenaton, quan els sacerdots van tornar a recuperar el poder i la influència sobre els faraons, aquests últims van ordenar l'eliminació de baixos relleus, de jeroglífics, de milers d'imatges i representacions d'Akhenaton i les seves tesis monoteistes, de tota aquesta propaganda.



Aquesta és una propaganda icònica que, de la mateixa manera, van emprar tant els emperadors romans, al principi de la nostra era, com els dictadors europeus en el segle XX, i sempre s'investien en aquelles efígies, bustos i estàtues amb els atributs del seu poder.



August



Stalin

Però el poder també té altres estratègies per a mostrar-se, altres mitjans audiovisuals, com ara la marxa i la desfilada. Un ús paradigmàtic d'aquest recurs es va fer l'any 1164 amb el robatori i trasllat de Milà a Colònia de les relíquies dels Reis Mags per les hosts de Frederic I, en una marxa pomposa per diversos territoris centreeuropeus.



Aquesta representació de cap a l'any 520 és una de les més influents en la iconografia dels Reis Mags, caracteritzats amb vestimentes perses. Il·lustra que les cultures més sàvies i exòtiques de la Terra es postren davant de Jesús.

En una església de Milà es conservaven les relíquies de tres personatges venerades com les dels tres Reis Mags que van adorar Jesús. La iconografia d'aquesta escena bíblica va guanyar predicament a l'Europa dels segles VIII al X (de Carlemany a Otó), ja que il·lustrava completament la societat d'aquell moment: Crist és el rei de reis, centre de tot, i els tres reis representaven els tres estrats de la societat medieval: *oratores* (clergat: representats en l'encens), *bellatores* (soldats, armes, força: representats en l'or) i *laboratores* (treballadors: representats en la mirra). Així, doncs, l'escena dels Reis Mags era un veritable tractat de teologia política.

Frederic I tenia com a objectiu restaurar l'autoritat de l'imperi en el doble aspecte romà i cristià, amb un emperador que té una autoritat que emana de Déu. Frederic va estructurar un culte catòlic i imperial centrat en el concepte de monarquia sagrada i l'escena dels Reis Mags era un mirall idoni i exemplar del seu propòsit: el model de la veneració de tots els reis al rei suprem (l'emperador). Per això va arrasar Milà i va traslladar (la *translatio*) aquestes relíquies fins a Colònia (on són avui) en una comitiva que va peregrinar per mig Europa, propagandísticament.

La propaganda transmetia el missatge que tots els reis adoraven el rei suprem, el rei de reis.



El llibre de l'historiador italià **Franco Cardini** *Los Reyes Magos. Historia y leyenda* (2002, Barcelona: Península), documenta detalladament tot aquest procés històric i d'aprofitament com a teologia política de les figures llegendàries dels Reis Mags.

Els relats eterns

Usurpadors de Déu

Al llarg dels segles s'han perpetuat en la imaginació dels homes certs arquetips, certs patrons argumentals que, amb les variacions pertinents, han estat la base de relats i ficcions. Són relats i ficcions que han passat de la tradició oral a ser fixats per la literatura escrita, des d'aquí als mitjans de comunicació de masses, al cinema, a la televisió. Podríem anomenar aquests patrons argumentals els **relats eterns**.



Jordi Balló i Xavier Pérez, en la seva obra *La semilla inmortal* (1998, Barcelona: Anagrama), subtitulada *Los argumentos universales en el cine*, identifiquen i cataloguen una vintena de motius argumentals que s'han anat expressant en una àmplia diversitat de pel·lícules durant la història del cinema. Arguments heretats d'una tradició narrativa multiseular amb arrels en els mites: "Las narraciones que el cine ha contado y cuenta no serían otra cosa que una forma peculiar, singular, última, de recrear las semillas inmortales que la evolución de la dramaturgia ha ido encadenando y multiplicando".

Balló i Pérez parlen d'una "cadena creativa" a la qual s'incorpora el cinema de tal manera que suggereix "una manera contemporània d'entendre una trama ja evocada en algunes de les millors obres del passat".

Un d'aquests arguments eterns és el que es refereix a la usurpació de la divinitat per part de l'home. És un relat universal que comença amb Adam i Eva (adquirint la intel·ligència transgressora, desobeint Déu) i culmina amb el metge italià Antinori (als diaris) anunciant la clonació d'un ésser humà, una altra vegada el coneixement transgressor, el desafiament a Déu com a únic creador de vida. Serà la història perpètua de la usurpació per part de l'home del poder de Déu. I quin poder principal té Déu, si no és el de crear la vida?

La tradició ha fixat aquest relat en el mite de Prometeu: aquest tità roba el foc dels déus per a lliurar-lo als homes, és a dir, els lliura una espurna de divinitat. Els lliura el coneixement, la sortida de l'animalitat, la tecnologia, el progrés, la ciència: és un desafiament als déus.

Sobre aquest mite s'escriurà una llarga successió de relats, des del de Pigmalíon (l'escultor grec que s'enamora d'una de les seves estàtues i aconsegueix que tingui vida) fins al de Pinotxo (ninet de fusta que també cobrarà vida), passant pel que fixa millor el mite des del segle XIX: *Frankenstein o el Prometeu modern*, novel·la de **Mary Shelley**. Totes aquestes variants del relat tindran adaptacions cinematogràfiques i/o televisives.

El fons d'aquest relat sempre és el mateix: documenta la irrefrenable inclinació humana d'emular Déu, de crear vida com ell la va crear. El relat tipifica, en suma, el desafiament de la ciència davant la natura, que ha estat la història mateixa de l'home occidental. Ja durant l'edat mitjana, algunes de les ments més brillants de l'època (Arnau de Vilanova, Ramon Llull, etc.) van fer esforços agosarats per a aconseguir un homuncle, és a dir, per a crear la vida humana en un matràs, als seus laboratoris alquímics (i van deixar constància d'això en els seus escrits).



Ramon Llull



Els intents dels alquimistes medievals prefiguren la imatge del "científic boig" o perillós, que apareixerà després, com un arquetip en obres literàries i cinematogràfiques, com la pel·lícula *El Golem* (1914 i 1920, Paul Wegener), *La isla de las almas perdidas* (1932, Erle C. Kenton) i *L'illa del Dr. Moreau* (1977, Taylor), o *Frankenstein* (1931, James Whale) (totes basades en novel·les), o, en clau còmica, *El professor guillat*, amb Jerry Lewis.

El 1916 Gustav Meyrink va escriure la novel·la *El Golem*, que recull una llegenda que recrea aquest arquetip: la llegenda diu que a la Praga del segle XVI, un rabí cabalista va aconseguir crear vida: va crear un autòmat gegant, fet a partir del fang (com Jahvè a Adam), a fi que protegís la comunitat jueva (li donà vida gravant-li certa paraula cabalística al front: com Déu, el verb, la paraula). El gegant, el Golem, acabarà essent una amenaça per als seus creadors.



El Golem, de Paul Wegener i Henrik Galeen (1914)

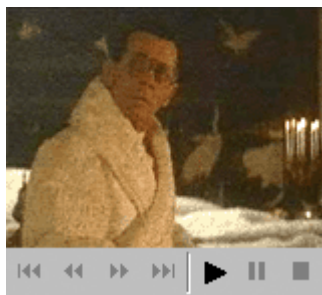
Una altra variant d'aquest arquetip és la que va dibuixar el novel·lista H.G. Wells a *L'illa del Dr. Moreau*: un científic "fabrica" éssers humans a partir d'animals, després d'una sèrie d'operacions quirúrgiques. Torna a ser l'intent d'usurpar Déu.

Qui dona més popularitat a aquest mite és *Frankenstein*, novel·la escrita per Mary Shelley el 1818, i després portada al cinema: un científic suís materialista i il·lustrat (en aquella època, els enciclopedistes acaben de publicar la seva obra, comença la modernitat) crea un ésser, un humanoide a partir de restes de cadàvers, i aconseguix infondre-li vida. El monstre es converteix en un perill per a Frankenstein, que al final mirarà de destruir-lo i morirà en l'intent. Torna a aflorar, doncs, el missatge bíblic i prometeic: voler ser Déu és sacríleg i té un preu.



Frankenstein, de James Whale (1931)

Potser l'última expressió d'aquesta saga narrativa sigui la figura del robot (cal recordar l'ordinador Hal de *2001, una odissea de l'espai*, que es rebel·la contra els humans) i l'androide de *Blade Runner* (pel·lícula inspirada en una novel·la de Philip K. Dick, *Somien els andròides amb ovelles elèctriques?*): l'androide busca el científic que el va crear perquè li prolongui la vida (l'androide mata el científic), mentre un humà busca l'androide per a destruir-lo, per haver-se rebel·lat.



Blade Runner, de Ridley Scott.

En aquesta saga frankensteniana i prometeica també hi hauria el doctor Mengele, científic (que va existir realment entre els nazis) que experimenta amb la generació de vida humana –embrions seleccionats de la "raça superior"– en la pel·lícula *Els nens del Brasil*, prefiguració de l'actual desconfiança envers la clonació reproductiva (Antinori = Mengele).

La recerca del tresor

Un dels relats immortals és el de l'home que busca. L'ésser humà darrere un tresor, una idea, un horitzó, un sentit. Aquesta recerca l'obligarà a moure's, a passar per moltes peripècies, a superar una sèrie de proves, a implicar-se en mil aventures. És l'aventura de la vida.

Aquest relat sembla tornar a donar forma a la imatge de l'home a la recerca d'un animal per caçar, o a la recerca del foc (*La recerca de foc*, pel·lícula de Jean-Jacques Annaud sobre la pugna per a aconseguir el foc entre clans prehistòrics).

És un relat que troba el seu motlle antic en el mite de Jàson i els argonautes, un grup d'herois que –a bord de la nau Argos– surten a la recerca del velló d'or, la llana d'un xai màgic. Aquest objecte és alhora un símbol material (or) i espiritual (la puresa, la perfecció).

A partir d'aquest mite (portat al cinema a *Jàson i els argonautes*, 1962, Chaffey), s'inspiraran en aquest arquetip de recerca milers de relats d'aventures. De fet, el mite europeu per excel·lència, la recerca del greal, parteix d'aquest patró.

El **greal** és, alhora, un objecte preciós (un got, una copa que és una joia) i un símbol de puresa i perfecció de l'ànima. Com a objecte, és la copa del vi de la Sant Sopar i la copa en la qual es recollia la sang de Crist crucificat. A l'edat mitjana, fent servir personatges de la història britànica –el rei Artús–, es dibuixen herois cavallerescos que van a la cerca (*queste*) del greal. La profusió de sagues novel·lesques sobre aquest arquetip és a l'origen i a la medul·la de la novel·la, de la novel·lística europea.



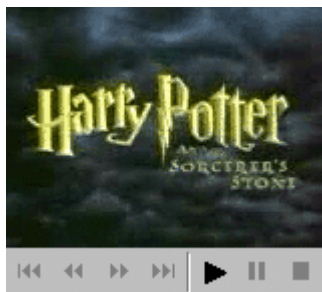
Des de mitjan segle XII (*Historia Regum Britanniae*, de Geoffrey de Montmouth, 1136) neix per a les lletres la figura del rei Artús. Al començament del segle XIII, el poeta **Chrétien de Troyes** desenvolupa el cicle artúric (*Lancelot*, *Queste del Saint Grial*, *Mort le roi Artu*), i el mite s'expandeix per tot Europa. Ho fa en prosa, i aquí es funda la novel·lística europea: "Lo que representa Homero en las letras occidentales o D.W Griffith en la historia del cine, viene a ser el papel desempeñado por Chrétien de Troyes en el desarrollo literario del arturismo", escriu **Luis Alberto de Cuenca** (*El Baladro del sabio Merlín*, Madrid: Miraguano Ediciones).

El cinema donarà la seva expressió més popular a aquest "relat immortal" en la sèrie de pel·lícules de Spielberg sobre l'heroi Indiana Jones als anys vuitanta: *A la recerca de l'arca perduda*, *Indiana Jones i el temple maleït* i *Indiana Jones i l'última croada*, de filiació greàlica explícita.



A la recerca de l'arca perduda, de Steven Spielberg (1981)

També pugnen per a aconseguir el seu tresor els protagonistes de les recents pel·lícules d'èxit *Harry Potter i la pedra filosofal* (que s'inspira en la tradició alquímica lul·liana i en la greàlica) i *El senyor dels anells*, totes dues basades en obres literàries.



Tràiler de *Harry Potter*, de Cris Columbus (2001)



Tràiler d'*El senyor dels anells*, de Peter Jackson (2001)

La profusió d'aquest tipus d'aventures en la novel·la medieval conduirà a un gènere conegut com a **llibre de cavalleries**. En la novel·la de cavalleries hi tindran cabuda tot tipus d'aventures protagonitzades per cavallers, entre les quals *Tirant lo Blanc*, del valencià **Joanot Martorell** (any 1490). I en aquests llibres hi ha l'origen de la novel·la per excel·lència de les lletres occidentals: *El Quixot*, de **Miguel de Cervantes**.



Portada d'una de les primeres edicions d'*El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha*, de Miguel de Cervantes (1605).

En un dels episodis d'*El Quixot*, l'autor, Miguel de Cervantes, descriu la purga que el capellà i el barber fan de la biblioteca de l'embogit cavaller, plena de llibres de cavalleries: els llancen a la foguera, tot i que en salven alguns. En el seu "donoso escrutinio" salven, entre elogis, el *Tirant lo Blanc*.

Les novel·les d'aventures i recerca tindrien després una de les seves màximes expressions en *L'illa del tresor*, de **Robert Louis Stevenson** (1881), que tornarà a donar forma a aquest patró, i inspirarà una infinitat de relats cinematogràfics. El mateix passa amb *Moby Dick*, novel·la de **Hermann Melville** (1851), en la qual el protagonista és un marí, el capità Ahab, que persegueix l'obsessió de la seva vida, el seu tresor: caçar el gran catxalot blanc (amb diverses adaptacions a la pantalla gran a partir dels anys vint).

El relat adoptarà també la variant de novel·la o cinema negre, com es veu a la pel·lícula *El falcó maltès* (1941), amb els protagonistes a la recerca d'un objecte fet "de la matèria de què estan fets els somnis".

L'etern mite es torna a manifestar en la pel·lícula *A la recerca de l'arca perduda* (1981, Steven Spielberg), que dona nou vol a l'antic relat. En aquest cas, implica l'objecte bíblic sagrat –l'Arca de l'Aliança dels jueus–, diví, transsumpte del velló i del greal (amb una al·lusió, a *A la recerca de l'arca perduda*, al relat prometeic: el final de la pel·lícula mostra que pretendre mirar directament als ulls a Déu és sacríleg i implica l'autodestrucció de l'home).

Dins el patró de recerca del tresor es podrien incloure les pel·lícules de *Caravanas hacia el Oeste* o diverses *road movies*, amb personatges a la carretera a la recerca d'un somni o d'ells mateixos.

El doble i l'ombra

Per a Romà Gubern, un dels motius més persistents en les ficcions de tots els temps és el del **doble**. Hi ha variacions d'aquest relat primordial en un ventall d'obres, des de la tradició oral i l'escripta fins al cinema i la televisió.

Romà Gubern analitza aquest i altres arguments reiterats i mítics a la seva obra *Máscaras de la ficción* (2002, Barcelona: Anagrama):



"Las profotantasías perduran a lo largo de los siglos bajo diferentes ropajes, que los acomodan a su tiempo", escriu Gubern. "Está claro que los personajes de ficción no pueden existir sin el soporte de una narración, literaria o audiovisual", i que aquests personatges mítics arriben a la cultura de masses, que els adapta, com passa "en el trasvase a otro soporte distinto (de la novela al cine, por ejemplo)".

La manifestació més notable i popular d'aquest relat del doble és, sens dubte, la novel·leta de **Robert Louis Stevenson** *El cas misteriós del Dr Jekyll i Mr. Hyde* (1886), en la qual un científic, el doctor Jekyll, fa aflorar del seu interior una personalitat malvada i pèrfida, que adopta fins i tot un altre aspecte físic i el nom de Mr. Hyde, al Londres de mitjan segle XIX, en ple apogeu de l'era industrial, del maquinisme, la raó i la ciència positiva. Es mostrava la dualitat raó-inconscient, es mostraven els vincles de l'home i la bèstia, la dualitat de l'home, i s'assenyalava el poder atàvic i impossible d'aplacar de la bèstia que hi ha dins de cada home.

Aquest relat té precedents en totes les tradicions antigues a Europa sobre els homes llop i els vampirs: éssers amb una personalitat diürna i una altra de nocturna. I també a la Bíblia, amb el relat dels bessons Esaú i Jacob, que pugnen per la primogenitura des de l'úter matern.

La novetat del doble de Stevenson és que fa conviure totes dues personalitats en un mateix subjecte, mentre que en altres obres anteriors es tractava de vertaderes duplicacions de l'individu, que veia passar davant seu el doble perfecte.

De la història de Stevenson han derivat diverses pel·lícules per al cinema i també per a la televisió (com és el cas d'*El testamento del doctor Cordelier*, de Jean Renoir, el 1959).

Aquest relat també ha tingut la seva paròdia: *El professor guillat*, de **Jerry Lewis** (1963), una divertida pel·lícula en què un professor de química lleig i dentut es transforma en un seductor jove i atractiu.



El professor guillat, de Jerry Lewis (1963)

Una altra variació d'aquest relat seria *El retrat de Dorian Gray*, d'**Oscar Wilde** (1890), també amb versions cinematogràfiques successives: un tipus esteta, de vida dissipada i amoral, encarrega a un amic pintor que li faci un retrat. Després, s'adona que el retrat va adoptant en l'aspecte els trets físics fastigosos que correspondrien a la seva conducta moral, mentre que ell es manté físicament inalterat. Així, doncs, el retrat és el doble moral, la imatge de l'ànima de Dorian Gray. Al final, Gray apunyala el quadre i mor. Aleshores adopta l'aspecte del quadre, i el quadre torna a mostrar la imatge juvenil de Dorian, amb la qual cosa es restaura l'ordre natural.

I, abans, *La meravellosa història de Peter Schlemihl* (1814), d'**Adalbert von Chamisso**, un home que va vendre l'ombra al diable: en aquest cas, doncs, l'ombra és dissociable del cos. Quan la vol recuperar –sense ombra perd respecte social, tots el marginen i ha de viure sol de nit–, el diable li demana l'ànima.

Un argument semblant té la pel·lícula *El estudiant de Praga*, Stellan Rye (1913), en què el protagonista ven al diable el seu reflex als miralls –transsumpte de l'ànima. Aquest reflex descarnat, aquest doble, irromprà en la seva vida per a perjudicar-lo. Al final, l'estudiant dispararà contra el seu reflex i això comportarà la seva pròpia mort (com en el relat d'Edgar Allan Poe *William Wilson*).

En aquesta estela també hi ha, en certa manera, *El gabinet del Dr. Caligari* (1919), pel·lícula fundacional del cinema expressionista alemany, en la qual el doctor Caligari és un hipnotitzador que obliga el seu hipnotitzat, Cesare, a cometre crims. Eren dues personalitats que treballaven juntes.



Vegeu "El relat cinematogràfic", a l'apartat "El cinema i la ràdio" del mòdul 4.

També mostren dues personalitats altres herois de ficció, com *Pimpinela escarlata* (creat per la baronessa d'Orcy el 1909, i després portat al cinema i la televisió), *Scaramouche* o *El Zorro* (creat el 1919 per Johnston McCulley), un noble de la baixa Califòrnia que es disfressa per a protegir els febles: tindria un èxit notable en adaptacions cinematogràfiques successives, fins a la més recent, amb Antonio Banderas. A Espanya va inspirar al novel·lista José Mallorquí la figura del Coyote, un heroi que va protagonitzar cent noranta-dues novel·les.

Charles Chaplin també va fer servir el recurs del doble a *El gran dictador* (1940), en què encarna un barber jueu que s'escapa d'un camp de concentració disfressant-se de dictador (escarni de Hitler), i el confonen amb el veritable dictador. Ho aprofita per a llançar una proclama pública a favor de l'humanisme democràtic.

Superman és una de les adaptacions més populars de la figura de l'heroi amb doble personalitat. Va ser creat el 1933 per Jerry Siegel en forma de còmic. Covat en plena depressió americana, els seus superpoders "actuaban enérgicament como un consolador social", en paraules de Romà Gubern. El cinema farà famós un altre subjecte de doble personalitat, l'assassí de *Psicosi*, d'**Alfred Hitchcock**, Norman Bates (Anthony Perkins), que adopta la personalitat de la seva mare morta.



Activitat 8

- Aproveu sèries o pel·lícules en emissió o en exhibició per a dur a terme amb alguna o algunes una anàlisi de les trames a la recerca de mites o arquetips argumentals subjacents: assenyaleu i expliqueu amb quines variacions se'ns presenten.
-

Els mitjans que van fer de mitjancers



La dona vestida de Sol i el drac, folis 147v-148r.
Beato de Liébana (segle XII).
www.moleiro.com

Objectius

- Entendre la gènesi de l'escriptura i el seu pes en la història de la comunicació.
- Calibrar la influència social de la impremta i la seva vinculació amb la imatge.
- Analitzar la tradició pictòrica com a antecedent dels mitjans de masses audiovisuals.
- Prendre consciència que els suports electroquímics són una baula més en la cadena que fa servir l'home per a emmagatzemar informacions i comunicar idees i missatges.
- Reflexionar sobre el caràcter documental de formes d'art prèvies a la societat de masses.

Planificació

Mòdul 3: Els mitjans que van fer de mitjancers				
Títol apartats	Objectius	Nuclis de coneixement o subapartats	Activitats	Temps
La parla i l'escriptura	Entendre la gènesi de l'escriptura i el seu pes en la història de la comunicació.	Abans de l'escriptura Escriure en argila, pedra, paper i cordill Arriba l'alfabet El pergamí i el paper: del rotlle al còdex Missatgers i copistes Esriptures orals i electròniques	Analitzar el lloc de l'escriptura en els mitjans audiovisuals. Debat sobre el suport paper.	5 h
L'imprès	Calibrar la influència social i intel·lectual de la impremta i la seva vinculació amb la imatge.	La revolució de la impremta L'Enciclopèdia La premsa Dibuixos impresos i còmics Cartells i fotografies	Comparar l'ús que el llibre, el còmic i la publicitat fan de la imatge.	3 h
La pintura	Analitzar la tradició pictòrica com a antecedent dels mitjans audiovisuals de masses.	Coves i tombes El rostre de Déu Pintura <i>reality show</i> La història a pinzellades	Analitzar la influència de la tradició pictòrica en els productes audiovisuals.	4 h
Les tres dimensions. Del menhir a les Torres Bessones	Prendre consciència que els suports electroquímics són una baula més en la cadena que es fa servir per a informar i comunicar.	Dòlmens i piràmides El NO-DO en pedra Temples: Déu parla Estàtues: només els falta parlar Torres més altes... D'Epidaure a <i>El Club de la Comedia</i>	Rastrear els aspectes de dramaturgia clàssica, teatrals, a <i>Gran Hermano</i> .	3 h
				Total: 15 h

Introducció

L'escriptura és un conjunt organitzat de signes que permet a un ésser humà de plasmar tot el que pensa, sent o sap, i a un altre d'entendre-ho. L'aparició de l'escriptura fa possible registrar la comptabilitat, fixar la literatura –fins llavors oral–, plasmar lleis, redactar acords, etc. Durant mil·lennis l'escriptura serà el mitjà de comunicació bàsic: permetrà d'emmagatzemar i transmetre idees, pensaments, coneixements, lleis, creences, mites, relats, etc. L'escriptura serà el primer mitjà globalitzador d'idees. Amb l'aparició de l'escriptura queda enrere la prehistòria i neix la història. La simplificació de l'escriptura gràcies a l'alfabet –fa 2.500 anys– i la seva difusió a partir de la impremta –fa 500 anys– han modelat la nostra manera de pensar.

La parla i l'escriptura

Abans de l'escriptura

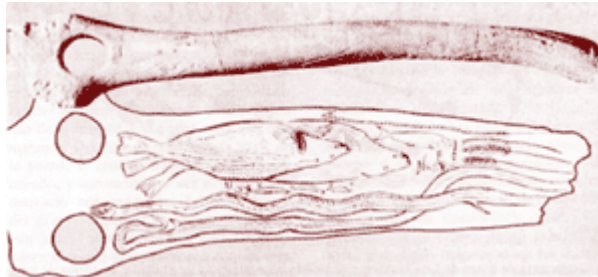
Els antropòlegs relacionen la fabricació d'objectes lítics amb l'origen del llenguatge. Calia donar una successió

ordenada de cops –una seqüència– a una pedra per a obtenir-ne un instrument: si cada un d'aquests cops era identificat amb un so, aquesta seqüència es **podia transmetre oralment** i memoritzar.

La ment de l'home, adaptada al pensament seqüencial, també va captar les seqüències de la natura. En algun moment de la prehistòria, **l'home va registrar les seqüències naturals** en "bastons" fets d'asta o d'ossos treballats. Hi gravava ratlletes –les unes rectes, les altres corbes–, punts, etc., en conjunts alineats, amb regularitats en les marques anotades: són notacions informatives, registres de determinades freqüències, de periodicitats: de les fases de la Lluna, del període de gestació del cavall, de la successió de les estacions, etc.



Un exemple de bastó amb informació sobre les estacions és el de Montgaudier (de fa disset mil anys, en banya de cérvol): les marques "prediuen" les estacions, i en el moment de la primavera mostra gravats salmons i foques, i també serps i flors. El xaman posseïdor del bastó –coneixedor del codi per a desxifrar-lo– sabia, doncs, el moment en què el clan havia d'estar pendent dels rius, ja que hi pujarien salmons –a pondre–, als quals els seguien les foques –per a menjar-se'ls–, una preciosa font de proteïnes per al clan! Era el moment en què les flors s'obrien i les serps sortien de la hibernació.



Bastó de Montgaudier

Aquests bastons eren veritables "bancs de dades" portàtils que permetien de "predir" l'arribada de certs animals, organitzar la cacera, plantejar estratègies (una suma dels nostres calendaris, els homes del temps televisius i les llicències de cacera).



La capacitat simbòlica de l'home el va portar al llenguatge parlat, i aquells bastons són una mostra extraordinària d'aquesta capacitat simbòlica humana: representen el primer emmagatzematge extrasomàtic de coneixements.



Aquests objectes ja són mitjans de comunicació, i la seva existència determina l'existència del grup humà que els fa servir. Amb aquesta funció de registre, d'emmagatzematge de coneixement, els bastons prehistòrics són un antecedent remot de l'escriptura (com argumenta James Burke en el primer capítol de *Del hacha al chip*).



Podeu consultar:

Burke, J.; Ornstein, R. (2001). *Del hacha al chip. Cómo la tecnología cambia nuestras mentes.* Barcelona: Planeta.

Fins que l'home no conquereixi l'escriptura, l'emmagatzematge d'informació i coneixements –la cultura– es basarà fonamentalment en la memòria humana. En cada clan, certs individus tenien la missió, en cada generació, de memoritzar les normes, els coneixements, les tradicions, les històries, i conservar-les per a transmetre-les a la generació següent. Per a això, l'ajuda mnemònica del ritme del vers, de la rima, era molt útil.



Quan **Estrabó** es refereix a turdetans i túrdols –pobles preromans de la península Ibèrica en època tartèssia– escriu que els seus habitants eren els més refinats dels peninsulars, "ja que fan servir l'alfabet i poseeixen des de temps antiquíssim escrits en prosa, poemes i lleis en vers, que segons ells tenien més de sis mil anys d'antiguitat" i que alguns eren capaços de recitar de memòria.

Aquesta memòria era l'ànima, la identitat de les comunitats. L'escriptura i, després, les tècniques d'emmagatzematge d'informació successives –fins a arribar al xip–, han anat relegant l'ús de la memòria.



El primer mitjà de comunicació va ser el llenguatge parlat, fins que l'home prehistòric va enginyar una pròtesi de la memòria: va emmagatzemar i va transportar informacions (sobre cicles naturals) en inscripcions gravades en objectes portàtils, com bastons d'os.

Escriure en argila, pedra, paper i cordill

L'escriptura consisteix en un conjunt organitzat de signes i símbols que permet a un home de plasmar tot el que pensa, sent o sap (ja no solament una seqüència de ritmes de la natura) i a un altre d'entendre-ho (coneixent el codi). L'aparició de l'escriptura permetrà de registrar la comptabilitat, fixar la literatura –fins llavors oral–, plasmar lleis, redactar contractes, etc.



Durant mil·lennis l'escriptura serà el mitjà de comunicació bàsic: permetrà d'emmagatzemar i transmetre idees, pensaments, coneixements, lleis, creences, mites, relats. L'escriptura serà el primer mitjà globalitzador d'idees.



Amb l'aparició de l'escriptura la prehistòria queda enrere i neix la història. Després de les notacions prehistòriques, els arqueòlegs detecten a Sumèria, fa vuit mil anys, els antecedents immediats de l'escriptura: es tracta de petites fitxes fetes amb argila o pedra, que es feien servir per a comptar i calcular béns i mercaderies. En algunes hi ha gravades inscripcions que després trobem –3.000 anys aC– perpetuades en els pictogrames sumeris. Per exemple, una fitxa amb forma de disc i una creu inscrita significava una ovella, i aquest signe (una creu dins d'un cercle) serà després el pictograma d'una ovella.



Fitxes sumèries

Del sistema de fitxes es va passar als signes gravats, als **pictogrames** (dibuixets esquemàtics que evocaven el que es volia al·ludir), i una estilització progressiva d'aquests pictogrames va conduir a l'anomenada **escriptura cuneïforme**: amb uns còlams de fusta o canya es gravaven sobre tauletes d'argila tova uns signes (que presenten forma de falca, per això el nom de cuneïforme). Aquestes tauletes (com les trobades a la ciutat d'Uruk) es van començar a fer servir per a la comptabilitat de mercaderies, i s'hi va acabar registrant tot: les lleis, els relats, etc.



Tauleta d'argila amb escriptura cuneïforme

Juntament amb l'escriptura amb signes gravats en l'antiguitat hi va haver altres maneres de conservar i transportar informació: l'escriptura amb nusos, per exemple. Es va localitzar a la Xina antiga, a la Pèrsia antiga (Darío va manar fer, en honor dels jonis, un calendari compost per una corretja amb seixanta nusos), entre els inques: es tracta de files de cordills amb nusos que, per la seva seqüència i disposició, mesuren, daten i registren informacions.



Quipu



Gravat extet de Jean, G. (1989). *La escritura, archivo de la memoria*. Madrid: Aguilar.

Al Perú s'anomenen **quipu**, i els feien servir els indis andins precolombins. El *quipu* està fet amb un cordill central del qual pengen files de cordills més fins –tenyits de diferents colors–, dels quals, al seu torn, en poden penjar d'altres, etc. La combinació de colors, més els nivells dels cordills que pengen, més el nombre de nusos als cordills, més la distància que es deixa entre ells, entre d'altres, permeten que el *quipu* sigui un registre de comptes, un cens de béns i persones, que sigui útil per a controls burocràtics, per a l'emmagatzematge d'informacions diverses.

Mentre l'escriptura cuneïforme s'estén des de Mesopotàmia, a Egipte es desenvolupa l'**escriptura jeroglífica** (l'etimologia del terme *jeroglífic* és *hieros*, 'sagrat', i *gluphein*, 'gravar': és a dir, 'escriptura sagrada'), que els egipcis consideren ensenyada pels déus als homes. És una escriptura que apareix l'any 3000 aC i que primer s'esculpeix sobre la pedra, per a glòria de les dinasties del poder, fins que apareix el paper, cosa que fa possible transportar l'escriptura.

El **paper** és una planta que permetia de fabricar fulls que, enganxats els uns amb els altres, formaven rotlles d'una gran longitud (fins a quaranta metres!) en què els escribes podien escriure amb varetes untades en tinta vermella i negra. Això permetia d'escriure ràpid –l'anomenada *escriptura hieràtica cursiva*–, de manera que els jeroglífics acaben convertits en lletres, que derivaran en l'anomenada *escriptura demòtica* o *popular*.

Els signes de les escriptures cuneïforme, jeroglífica o demòtica representaven idees, objectes o accions i, més endavant, van passar a representar el so –sil·làbic– que es pronuncia en parlar d'un objecte en qüestió. Això va simplificar i va agilitar l'escriptura, però encara exigia un aprenentatge molt complex, per la qual cosa era

principalment un instrument de privilegi que feien servir les castes sacerdotals, burocràtiques o del poder polític.



L'aparició de l'escriptura estableix un mitjà de comunicació d'informacions complexes, i un mitjà portàtil –sobre argila o paper–, però encara lligat a grups elitistes.

Arriba l'alfabet

Cap a l'any 1500 aC, el poble fenici (un poble comerciant i mariner de la Mediterrània), possiblement per un desenvolupament de l'escriptura demòtica egípcia, crea un sistema de vint-i-dos caràcters que, combinats, permeten d'escriure i llegir síl·labes i paraules: és l'**alfabet**.

D'aquest alfabet fenici derivaran l'escriptura hebrea i àrab, i l'alfabet grec i, d'aquest, el llatí (en què estan escrites aquestes línies). Un aprenent d'escriba ja no haurà de memoritzar un complex "corpus" de centenars o milers de signes –el propi de les escriptures ideogràfiques: pictogrames cuneïformes o jeroglífics–, i, per tant, l'escriptura es democratitza.

Sens dubte, la facilitat de la lectura i l'escriptura alfabètica va facilitar la democràcia a Grècia: cap al 500 aC, una notable majoria de ciutadans podia llegir les lleis i, per tant, participar en la seva elaboració (a Atenes, un 10% dels barons lliures, mentre que a Sumèria o Egipte, amb prou feines llegia i escrivia una centèsima part de la població). Això era així perquè les característiques de l'alfabet grec –havia incorporat les vocals– feien que fos fàcil d'aprendre des de la infantesa (cosa que va posar fi al paper elitista de l'escriba). No hi ha dubte que això va influir en el funcionament del cervell humà: aquest alfabet és a la base del pensament modern.



Respecte a la influència de l'alfabet –grec– en el pensament humà, són interessants les consideracions de James Burke i Robert Ornstein a *Del hacha al chip* (2001, Barcelona: Planeta).



"Como hemos dicho, la lengua escrita puede adoptar muchas formas distintas: de arriba abajo, de abajo arriba, de arriba a la derecha hacia abajo a la izquierda, primero hacia abajo hasta el final de la página o de la superficie sobre la que se escribe y después hacia arriba, o de derecha a izquierda hasta llegar al final de la línea, volviendo luego de izquierda a derecha (esta modalidad se denominaba en griego *bustrófedon*, por la forma que siguen los surcos de un arado arrastrado por bueyes).

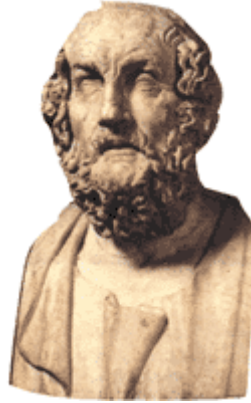
"Probablemente no fuera tan sólo un accidente que en la escritura griega acabara fijándose el sentido de izquierda a derecha poco después de la introducción de las vocales, dada la facilidad incrementada con que el hemisferio izquierdo del cerebro podía procesar la escritura así leída.

"La escritura de izquierda a derecha se lee de un modo específico. El movimiento del ojo hacia la derecha es guiado por el hemisferio izquierdo del cerebro, de forma que las letras se ven primero en la parte derecha del campo de visión de cada ojo, y se procesan entonces en ese mismo hemisferio cerebral, especializado en el procesamiento secuencial, bit a bit, y en el análisis de fragmentos de información.

"Aunque se trata de una argumentación obviamente especulativa, los niños que crecían en ese nuevo mundo alfabético, como los que antes crecían en un mundo urbano, pudieron experimentar un desarrollo diferente del cerebro. La razón estribaría en la facilidad para aprender el alfabeto griego, que permitía a los niños leer al tiempo que iban aprendiendo nuevo vocabulario. La lectura y la escritura podían así enseñarse mucho más fácilmente durante el periodo de crecimiento del niño, cuando su cerebro está todavía desarrollando la capacidad lingüística. Con la lectura alfabética, la capacidad para representar el mundo abstractamente y de combinar y recombinar elementos abstractos se convirtió en parte consustancial de la didáctica con que se nos enseñaba a pensar."

Burke, J.; Ornstein, R. (2001). *Del hacha al chip*. Barcelona: Planeta.

L'escriptura alfabètica grega es va dedicar a fixar la cultura oral grega anterior: gràcies a això, avui podem llegir Homer (la *Iliada* i l'*Odissea* eren relats transmesos en discurs oral des de segles abans), Píndar, Eurípides, etc.



El que Homer va fer va ser fixar els relats orals – sobretot relats d'aventures marines– que circulaven feia segles per l'Egeu sobre els herois llegendaris de la batalla de Troia.

Al principi l'escriptura devia ser un "ajudamemòria", però a poc a poc, i sobretot mitjançant l'alfabetització, va alliberar la ment humana de la càrrega de la memorització, de la repetició de llargs discursos orals, i es va poder abocar amb més energia i ànim a la innovació literària, la creació, la filosofia, etc.

I la filosofia va arribar a prendre l'alfabet com a model al·legòric del món:



"Así como las letras dan lugar a las palabras, átomos con distintos aspectos y tamaños podían combinarse" per a donar lloc a la multiplicitat de coses disperses que conformen el món (Burke-Ornstein). Aquesta idea "alfabètica" que el món material està constituït per partícules prèvies indivisibles és de Demòcrit d'Abdera.

El do del pensament seqüencial alfabètic va portar al raonament deductiu, que va normativitzar el pensament –amb la lògica d'Aristòtil– com no havia succeït mai fins llavors en la història: el mètode aristotèlic ofería el mitjà per a descompondre i veure el món d'una manera ordenada, per a analitzar-ne el funcionament. La **filosofia**.



La nostra manera de pensar prové de l'alfabetització, a Grècia, fa dos mil cinc-cents anys. Malgrat que avui és una cosa que ens pot semblar paradoxal, el filòsof **Plató** (428/427 aC), al cap i a la fi exponent de la tradicional cultura oral, va posar pegues a aquesta alfabetització –que va facilitar la propagació de l'escriptura:

"Originará el olvido en las almas de cuantos la hayan aprendido, a causa de la falta de práctica en el empleo de su memoria, ya que la escritura les hará depender de signos externos, en lugar de los provenientes de su propio espíritu; habéis descubierto un elixir, no para la memoria, sino para el recuerdo. Dais a vuestros discípulos un simulacro de sabiduría, no su realidad; habiendo oído mucho, pero no verdaderas enseñanzas, parecerá que saben mucho cuando en realidad no saben nada, y serán difíciles de soportar, porque habrán adquirido la apariencia de la sabiduría en lugar de la propia sabiduría."

Aquests arguments crítics, no s'assemblen als que s'esgrimeixen avui –precisament en defensa de la cultura escrita– contra els mitjans audiovisuals? S'adverteix que, en les albers de la propagació de l'escriptura, el veritable prestigi cultural el tenia la tradició oral, i l'escriptura era vista amb desconfiança, com una qüestió banalitzadora, vulgar, sospitosa i fins i tot ridícula. No ha passat sempre així amb totes les noves tecnologies de la comunicació? Recordeu els comentaris sobre els telèfons mòbils fa amb prou feines deu anys, quan el seu ús encara era minoritari. O sobre la televisió (vegeu mòdul 5), o sobre la premsa en els seus orígens (vegeu "Telepolítica: que guanyi el millor", a l'apartat "Televisió i cultura global" del mòdul 5).



L'alfabetització del món va tenir un altre efecte: va reforçar una manera de pensar "lineal", davant d'una altra visió de la realitat "no lineal", més pròpia de les societats orals.



Els grecs escrivien en pedra –per això feien servir majúscules– i en tauletes de cera –amb les minúscules–, i el mateix faran els romans amb l'alfabet llatí, que sorgeix del grec cap al segle III aC, que també es farà servir per a l'escriptura sobre papirs.



La invenció de l'alfabet va simplificar l'escriptura. A Grècia, el seu ús es popularitzarà, cosa que impulsarà la filosofia i, fa dos mil cinc-cents anys, modelarà la manera de pensar que tenim avui.

El pergamí i el paper: del rotlle al còdex

La cultura no es pot desvincular de la tecnologia. La cultura no és una categoria etèria, immaterial, una simple emanació de l'esperit, sinó que també és el derivat d'unes tecnologies que la sostenen i la conformen.

Hi ha una relació dialèctica entre tecnologia i cultura, perquè al seu torn la cultura influirà en l'evolució de les tecnologies. El domini de la pedra –primer per a obtenir-ne instruments, després per a esculpir-la i per a escriure-hi a sobre–, de l'argila, del paper, de les tintes, de la cera, etc. comporten tecnologies que permetran l'escriptura, la seva pràctica, la seva difusió progressiva.

L'escriptura alfabètica simplificarà i facilitarà l'ús de l'escriptura, però la seva maduresa no s'assolirà fins que no es doni certa conjunció tecnològica: la invenció de la impremta i la fabricació de paper barat. I això no succeeix fins a l'Europa del segle XV.

Abans d'això, què i com s'escrivia i es llegia? Sembla que des de l'antiguitat es va utilitzar el cuir –pell d'animals sacrificats– per a escriure-hi, però, lògicament, era un recurs molt limitat. S'han conservat rotlles fets de paper de l'any 3.000 aC a Egipte: durant quatre mil anys, serà el material bàsic per a l'escriptura a tot el Mediterrani.

A la Grècia del segle V es feien servir tauletes encerades, sobre les quals es podia escriure amb un estilet, i també s'escrivia amb tinta sobre paper importat d'Egipte. La paraula *biblos* (o *byblos*) se sol traduir com a 'llibre' (cosa que comporta la imatge d'un llibre tal com el coneixem avui), fet que és enganyós: la traducció més ajustada és 'paper'. El diminutiu *biblion* al·ludia a un full fet de paper, o a dos o tres d'aquests fulls enganxats i després doblegats.



La fabricació del paper



Extret de Jean, G. (1989). *La escritura, archivo de la memoria*. Madrid: Aguilar.

La fabricació de paper era un profitós monopoli estatal a Egipte, i després a Roma i a Bizanci.

Aquest sistema de papirs doblegats o enganxats i enrotllats també es farà servir durant el domini romà a tot el Mediterrani.

La crisi de la societat egípcia, al començament de l'era cristiana, en època de dominació romana, va fer escassejar

el paper, que es va encarir. I aquesta és la raó per la qual en aquell temps es va començar a donar el format de **còdex** –conjunt de fulls lligats per un llom–, que permetia el màxim aprofitament, perquè es podia escriure per les dues cares del paper i no solament per una, com amb el rotlle. Així va ser com, a poc a poc, aquest format de *codex* romà (*còdex*, en català), ja similar als llibres tal com avui els coneixem, s'imposaria al tradicional format en rotlle (que en llatí s'anomenava *volumen*).

Però aquells primers llibres, que certament faciliten el maneig i la consulta del que s'ha escrit, continuaran tenint una difusió limitada (fins que no arribin –i es donin la mà– el paper i la impremta a Europa).



El paper es fabricava mitjançant un llarg procés fent servir polpa d'escorça d'arbre de morera, i també polpa de draps de lli.

El paper es va fer servir durant mil anys a la Xina –la seva fabricació era un valuós monopoli de l'Estat– abans que arribés a Europa. Durant el domini musulmà a Samarcanda, el seu governador va fer presoners uns xinesos que sabien fabricar paper, i –voluntàriament o sota tortura– hi van muntar uns tallers, l'any 751 dC. El paper de Samarcanda es va fer famós en tot l'islam, i aviat es va fabricar per tot el Pròxim Orient, fins a arribar a Europa per Espanya (any 1150) i per Itàlia.

Durant el primer mil·lenni de la nostra era, el material amb què estan escrits els llibres, els còdexs –naturalment, escrits a mà–, seran el paper i el pergamí. El terme *pergamí* deriva de la ciutat de Pèrgam (Àsia Menor), on, al segle II aC, es va idear un sistema per a tractar i estirar la pell d'animal que permetia obtenir una superfície fina i idònia per a retenir la tinta de l'escriptura. Les pells de be i de vedell eren les millors, ja que permetien d'escriure per les dues cares (del francès antic *veel*, 'vaca', prové el terme *vitela* per a anomenar el pergamí de més qualitat). L'ús del pergamí s'estendrà a partir del segle II dC i conviurà amb el paper durant tot el mil·lenni, fins que comenci a competir amb tots dos el paper, que entra a Europa per Xàtiva, València, vers l'any 1150 dC).

Els còdexs van mantenir la màgia comunicativa de l'escriptura alfabètica, però la seva elaboració artesanal va ser durant segles el límit tecnològic a l'expansió de tota la seva potència continguda.

L'arribada de lletres en motlles mòbils per a imprimir les tintes en paper (que es produïa d'una manera massiva i barata) va expandir l'escriptura i va fer del llibre el mitjà de comunicació per excel·lència per a Europa i tota la cultura occidental, que es va convertir des de llavors en una cultura del paper i la lletra impresa. Fins avui, quan els mitjans electrònics plantegen una nova era per a l'emmagatzemament d'informació i per a la comunicació.



Tecnologies successives influeixen en l'expansió de l'escriptura: el salt del rotlle al còdex, el paper, el pergamí, el paper, etc.

Missatgers i copistes

Durant l'edat mitjana, els còdexs es van escriure i es van copiar als monestirs. Eren dipòsits de saber a l'abast únicament d'una elit cultural, principalment eclesiàstica, i en alguns casos de l'aristocràcia secular (a Montailou, llogarret medieval del sud de França, en el segle XIII, de dos-cents cinquanta habitants, només quatre sabien llegir i escriure). I persistia l'ús freqüent de missatgers que transportaven i transmetien notícies i informacions oralment, tot i que també es va desenvolupar el sistema epistolar.



Sobre la dialèctica entre cultura oral i cultura escrita en l'edat mitjana, és aclaridor aquest text de l'estudiosa **Sofía Menache** (a *La comunicación en la historia*, 1997, Barcelona: Bosch Comunicación, pàg. 107).



"El estilo oral se adaptaba constantemente a las necesidades cambiantes entre los diferentes estamentos sociales. La *conjuratio* o juramento oral solicitado a los ciudadanos, en el que hacían constar obligaciones y derechos mutuos, indica cómo se integró el discurso oral dentro del marco de la comunicación de los nacientes centros urbanos. Los príncipes medievales hicieron también un uso frecuente de mensajeros, los cuales llevaban mensajes orales que no siempre estaban corroborados por documentos escritos, particularmente con temas importantes en los que se requería absoluto secreto. El rey de los hunos, por ejemplo, envió un mensaje al emperador oriental a través de un enviado que memorizó y repitió mecánicamente las palabras. Los mensajeros que llevaban mensajes orales se usaban frecuentemente y, aunque el nivel organizativo de transmisión era bajo, el simple intercambio de mensajes era de una eficacia funcional bastante alta. Trabajando sobre una base irregular y sin un salario, los niños pequeños, los sirvientes y los vagabundos servían a este propósito tras haber memorizado los hechos, facilitando de este modo la comunicación también entre los plebeyos.

"El uso de la comunicación oral en la sociedad medieval no debería evaluarse, por lo tanto, como una función de la *culture populaire* frente a la *culture savante*, sino más bien de los hábitos de comunicación y la tendencia del hombre medieval a compartir sus experiencias intelectuales en el marco colectivo. Además, el alto coste de los libros y las dificultades de obtenerlos fomentaron también una «sociabilización de la cultura». Crosby defiende que «en la Edad Media las masas del pueblo leían más por medio del oído que del ojo, oyendo leer o recitar a otros más que leyendo por sí mismos». Leer en compañía o, para ser más precisos, escuchar leer, era de costumbre tanto en la familia como en el foro académico. Los analfabetos pedían la declamación oral de los libros escritos, mientras que, a la inversa, las tradiciones orales eran puestas en papel. Los autores medievales escribían con el estilo oral en la mente, añadiendo efectos auditivos como el tratamiento directo, la constante repetición de palabras, expresiones y situaciones, el jurar frecuentemente o el uso de bendiciones al comienzo o al final del escrito. Con respecto a esto, la memoria visual y auditiva y el talento para la oratoria del comunicador adquirirían cardinal importancia para el éxito de un libro..."

El llibre era objecte de prestigi. Els monestirs, jerarques eclesiàstics i nobles formaven per a si mateixos biblioteques amb llibres plens de cal·ligrafies sofisticades i virtuoses (un amanerament que, de fet, manifesta un estancament, un solipsisme, una abstracció de l'escriptura, de l'alfabetització). Eren llibres "il·luminats" (il·lustrats), llibres miniats.



Llibre de Kells, Irlanda (segle IX).

La paraula *miniatura* per a designar 'cosa petita' té l'origen en aquests llibres medievals. *Mini* era el nom per a la pintura de color vermell que s'utilitzava per a cal·ligrafiar lletres i pintar figures animals i humanes (certament de mida petita, en la majoria de casos). Així, doncs, amb mini s'obtenen llibres miniats i plens de tota mena de miniatures, d'imatges pintades amb mini.

Sovint els copistes dels monestirs treballaven en els *scriptoria* al dictat d'un altre monjo, que llegia en veu alta el llibre que havien de copiar, i així s'avançava en diverses còpies alhora.

Les millors miniatures es feien sobre vitel·la, el pergami més fi i delicat. Després es relligaven els folis de pergami apilats i s'enquadraven, i així s'obtenia el còdex, similar al llibre actual.



Respecte a aquests llibres, el divulgador cultural James Burke escriu (*La comunicació en la història*, pàgina 116):



"Toda escritura poseía una especie de cualidad mágica para el lector, sobre todo la de los textos sagrados. El sentimiento era que la luz de Dios brillaba sobre el lector a través del «velo de las letras». Leer era un acto físico de efecto tónico espiritual, en el cual el significado de las palabras llegaba como una iluminación, de un modo muy parecido a como la luz entraba a través del vidrio de color.

"Los libros eran, en cierto sentido, objetos milagrosos. Tras el crecimiento de la economía europea a principios del siglo XV, la demanda de estos textos milagrosos –Libros de Horas, Salterios y Sagradas escrituras- crecía sin parar. Por supuesto que los grandes libros, como el Salterio de Eadwine de Canterbury y el Libro de Kells en Irlanda, eran reliquias por derecho propio. Encuadradas en cuero y con incrustaciones de piedras preciosas, embellecidas con letras magníficamente iluminadas para ayudar al lector a encontrar su lugar, estas obras maestras se guardaban en las tesorías de las catedrales junto a la paterna y los cálices sagrados. Este tipo de escritura era para los ojos de Dios, no para comunicar cosas cotidianas a los hombres vulgares."

De la venda d'aquests llibres –més objectes artístics, obres d'art, que una altra cosa– als rics, els monestirs obtenien beneficis. La producció de cada un dels llibres resultava molt cara, com passa avui amb les pel·lícules: el monestir era alguna cosa així com una productora cinematogràfica de l'edat mitjana. Unes produccions que van obtenir gran èxit van ser els *Beats*, llibres amb comentaris a l'Apocalipsi de sant Joan, i profusament il·luminats.

Així, doncs, es tractava sobretot de llibres amb textos religiosos: missals, manuals de teologia, etc. Però al final del segle XII ja proliferaran els copistes laics, que comencen a treballar per encàrrec de burgesos i en llengües vernacles, amb la qual cosa es diversifica el contingut dels llibres manuscrits (cuina, educació, medicina, astronomia, novel·la, relats d'amor cortesà, etc.).

Als mercaders rics aviat s'uniran els estudiants universitaris amb fortuna. I molts estudiants amb menys mitjans llogaran exemplars dels manuals que necessiten per a copiar-se'ls ells mateixos, lletra a lletra. L'edició manuscrita va creixent i creixent durant els segles XIV i XV. La demanda introdueix les condicions necessàries per a l'arribada de la impremta, l'any 1450.



En l'edat mitjana la comunicació escrita és un reducte per a elits, continguda en artístics còdexs (manuscrits per copistes). La demanda de còpies creixerà amb l'apogeu de la burgesia.

Esriptures orals i electròniques

L'abaratiment espectacular del paper respecte al pergami va facilitar l'expansió de l'escriptura, la difusió de còpies successives de còdexs. I, a més, la vida útil dels copistes es va allargar durant el segle XV gràcies a l'ús de les ulleres (que havien aparegut al començament del segle XIV), que en aquella època ja són assequibles per a tothom. Tot col·labora per a l'expansió de l'escriptura, però amb aquests avenços tecnològics no n'hi haurà prou per a destrossar la societat oral, un tipus de societat que persistia des dels orígens del llenguatge parlat en la prehistòria i que havia sobreviscut des del començament de la història malgrat l'existència d'escriptura.

Qui destrueix l'hegemonia de la comunicació oral és Johann Gensfleisch zur Laden zum Gutenberg (1397-1468), a qui se li va ocórrer imprimir en paper uns tipus de lletres modelades en metall, i mecanitzar així la impressió de l'escriptura a partir del 1450.

Neix en aquell moment l'anomenada "galàxia Gutenberg", la societat de l'escriptura, de la lletra impresa, del paper. Aquesta cultura basada en el paper imprès, en l'escriptura, ha estat hegemònica a Occident durant els últims cinc-cents anys... fins que, a mitjan segle XX, aquesta hegemonia ha estat posada en dubte per la conjunció dels mitjans audiovisuals (cinema, ràdio, televisió) i electrònics (ordinadors, Internet).



Activitat 1

- Elaboreu una memòria de l'ús que heu fet del paper en la vostra vida, en la infància, anys després i ara, en l'àmbit laboral.
- Ha disminuït l'ús del paper a favor de les pantalles?
- Contrasteu les experiències i obriu debat.

Alguns analistes han vist en l'expansió dels mitjans audiovisuals contemporanis un retrocés sociocultural, un retorn a la vella oralitat, a l'oralitat prèvia a l'hegemonia de l'escriptura impresa. Així, es donaria la paradoxa que la tecnologia més avançada d'emmagatzemar i comunicar informació tornaria la humanitat ja alfabetitzada a un estadi prealfabètic. Aquests mitjans audiovisuals tornarien l'*Homo sapiens* al seu estadi oral primitiu, previ a l'hegemonia de l'escriptura alfabètica.



Podeu consultar "*Homo videns: una nova espècie?*" a l'apartat "Imatges contra lletra impresa: desafiament final?" del mòdul 5.

Tanmateix, per a altres analistes aquesta paradoxa només és aparent. És el cas de Walter Ong (catedràtic d'Humanitats de la Universitat de Sant Louis), que anomena aquesta resurrecció de l'oralitat en els nostres mitjans de comunicació de masses *l'oralitat secundària*, en contrast amb l'oralitat anterior, la vella oralitat, que anomena *oralitat primària*.



Walter Ong assenyala que l'oratòria dona la mesura de la diferència que hi ha entre l'**oralitat secundària** (l'oralitat actual, mediàtica) i l'**oralitat primària** (l'antiga oralitat, prèvia a l'hegemonia de l'escriptura impresa):



"El contraste entre la oratoria en el pasado y en el mundo actual subraya bien el contraste entre lo oral primario y lo secundario. La radio y la televisión han llevado los grandes personajes políticos como oradores a un público mayor de lo que fue posible antes de los modernos desarrollos electrónicos. De este modo, en cierto sentido, lo oral ha encontrado más que nunca su plena justificación. Pero no es lo oral de antes. La oratoria al viejo estilo proveniente de lo oral primario se ha ido para siempre. En los debates Lincoln-Douglas de 1858, los combatientes —ya que eso es lo que eran clara y verdaderamente— se enfrentaban el uno al otro, a menudo en los exteriores del abrasador sol veraniego de Illinois, ante audiencias —que reaccionaban frenéticamente con entusiasmo— hasta de 12.000 a 15.000 personas (en Ottawa y Freeport, Illinois, respectivamente; Sparks, 1908, pp. 137-138, 189-190), hablando durante una hora y media cada uno. El primero que hablaba tenía una hora; el segundo, una hora y media, y el primero, otra media hora de refutación —todo esto sin ningún equipo de amplificación. Lo oral primario se hacía sentir en el estilo aditivo, redundante, cuidadosamente equilibrado, altamente competitivo, y en la intensa interacción entre orador y audiencia. Los que tomaban parte en los debates tenían la voz ronca y estaban físicamente exhaustos al final de cada asalto.

"Hoy, los debates presidenciales de la televisión están completamente fuera de este mundo oral más antiguo. La audiencia está ausente, es invisible, inaudible. Los candidatos están cómodamente instalados en estrechas cabinas pequeñas, hacen presentaciones cortas y toman parte en secas conversaciones pequeñas unos con otros en las cuales cualquier asomo competitivo es deliberadamente apagado. Los medios de comunicación electrónicos no toleran un espectáculo de antagonismo abierto. A pesar de su cultivado aire de espontaneidad, estos medios de comunicación están totalmente dominados por un sentido cerrado, herencia de la imprenta: una muestra de hostilidad podría romper el cierre, el estricto control. Los candidatos se acomodan a la psicología de los medios de comunicación. Predomina la domesticidad refinada, culta. Hoy, solamente las personas bastante mayores pueden recordar cómo era la oratoria cuando todavía estaba en vivo contacto con sus raíces orales primarias. Otros tal vez oyen más oratoria —o al menos, más parloteo— por parte de los grandes personajes públicos de lo que oía normalmente la gente hace un siglo. Pero lo que oyen les dará muy poca idea de la vieja oratoria que se remonta a los tiempos pre-electrónicos a través de dos milenios y mucho más allá, o del estilo de vida oral y las estructuras orales de pensamiento fuera de los cuales creció tal oratoria."

Walter Ong. A: Crowley, David; Heyer, Paul (1997). *La comunicación en la historia. Tecnología, Cultura, Sociedad* (pàg. 96). Barcelona: Bosch.

Per a Ong, la tradició de l'escriptura ja és tan forta que ho impregna tot, incloent-hi aquestes manifestacions orals dels mitjans audiovisuals. Sota les manifestacions orals en ràdios, televisions, etc. sempre hi ha l'escriptura impresa

(una cosa que no es donava en les societats orals genuïnes). Hi ha una aparença de semblança entre totes dues oralitats, però només és aparença: la mística de la participació, el sentit comunitari, són trets aparentment comuns a les dues oralitats, però no: en l'època oral primària "la gent tenia mentalitat de grup perquè no se li havia presentat cap alternativa factible", mentre que ara és una decisió de l'individu, "tenim mentalitat de grup d'una manera autoconscient".

És cert que l'escriptura alfabètica és present en els mitjans de comunicació audiovisuals i electrònics, però ja no com a escriptura impresa, perquè com a suport no té el paper, sinó les pantalles: sobreimpressions, títols de crèdit, textos a Internet, redacció de correus electrònics via Internet (una revivificació del sistema epistolar medieval), i fins i tot en missatges per telèfon mòbil... Així, doncs, l'escriptura manté l'aspecte tradicional de lletres de motlle, però ja no hi ha impressió amb tinta, sinó grafia electrònica.

Sí que és cert que els suports digitals, que permeten d'emmagatzemar directament sons i imatges, representen una competència de l'escriptura alfabètica per a emmagatzemar i comunicar informació. És un fenomen paral·lel al que es va donar quan l'escriptura va fer la competència a la tradició oral, a la memòria: al principi, l'escriptura es va relegar al comerç i a l'administració, i va acabar per fer-se servir també per a conservar tota la literatura religiosa i secular. Què passarà ara amb Internet, la informàtica, els ordinadors, la cibernètica, davant l'escriptura alfabètica impresa en paper?



En paraules d'**Albertine Gaur** a *Historia de la escritura* (1990, Madrid: Fundació Germán Sánchez Ruipérez), "el mundo antiguo sobrevivió al tránsito de la tradición oral a la escritura: hasta los mismos brahmanes indios terminaron por encomendar sus textos sagrados a las hojas de palma y luego al papel sin que se produjera el cataclismo destructor del universo que se les había enseñado a esperar y temer".

Fa milers d'anys, la suma total del coneixement disponible era massa gran perquè la memòria humana l'emmagatzemés; ara sembla que l'escriptura també es queda curta per a sostenir totes les necessitats de la societat de la informació. L'escriptura emmagatzema informació, però ja **hi ha maneres d'emmagatzemar informació sense escriptura**, si més no sense paper ni lletra impresa.



Activitat 2

- Analitzeu el lloc que ocupa l'escriptura en els mitjans audiovisuals, com a suport documental, com a guió, com a sobreimpressió, etc.
 - Analitzeu algun mitjà (ràdio o televisió) o algun programa en particular.
-



L'escriptura impresa va modificar la societat oral. Avui conviu amb una "segona oralitat", la dels mitjans audiovisuals, i es veu complementada per la informàtica en l'emmagatzemament i la comunicació de la informació.

L'imprès

La revolució de la impremta

La innovació de Johann Gutenberg, la **impremta**, originarà la revolució més important de la història intel·lectual d'Occident. Se li va acudir fondre tipus –lletres– en metall (aliatge de plom i antimoni), cosa que les feia mòbils i permetia de compondre-hi textos. Tintats (amb una tinta més greixosa que la que es feia servir per a l'escriptura amb ploma, manual), aquells textos es podien imprimir suaument en paper barat (i per totes dues cares!) amb una premsa. Els tipus mòbils metàl·lics es podien utilitzar moltes vegades sense espatllar-se, i això va fer possible la impressió en sèrie.



Impremta de Gutemberg

A partir d'ara, tot tipus de coneixement s'emmagatzemarà i es comunicarà –exponencialment– a cavall del llibre imprès. El primer llibre imprès a la premsa amb tipus mòbils de Gutenberg va ser una Bíblia, l'anomenada Bíblia de Magúncia (ciutat en què va començar a treballar la impremta de Gutenberg, el 1450). Els llibres impresos entre 1450 i 1500 s'anomenaran després *llibres incunables* (del llatí *incunabulum*, 'bressol', perquè es van imprimir en els anys del bressol de la impremta).

Al principi, els llibres impresos imitaven les formes i tipografies dels manuscrits, particularment en les obres religioses, que eren les que atresoraven el prestigi i amb les quals es volia competir. Però a poc a poc començarà la impressió en sèrie de llibres de tot tipus: laics, novel·les barates, romanços, premsa. S'ha passat del "llibre joia" medieval al "llibre útil" modern.

I els textos impresos seran de lectura més fàcil que els manuscrits. Això afavorirà la lectura individual i silenciosa. A l'edat mitjana encara es veia amb sorpresa i admiració les persones capaces de llegir un text en silenci, sense declamar-lo.

La impremta, al seu torn, va afavorir la Reforma protestant impulsada per Martí Luter. Els textos dels reformistes, impresos en llengua vernacle, es van difondre amb una rapidesa inusitada pel centre i el nord d'Europa en forma de pamflets, cartells, pòsters, sovint enganxats en parets, portes d'esglésies i pòrtics. A més, les doctrines protestants posaven èmfasi en la lectura directa de la Bíblia (que Luter va traduir a l'alemany vulgar) per part de la gent, fet que contribuïa a l'alfabetització de les masses populars.



Luter va ser l'autor més venut del segle XVI. El 1517, les seves "95 tesis" reformistes van donar feina segura a la petita impremta de Hans Lufft a Wittenberg. D'una altra obra seva, *Sermó sobre les indulgències*, se'n van fer trenta edicions. El 1520 va vendre quatre mil exemplars, en cinc dies!, de la seva exhortació *A la noblesa cristiana*.

Pel que fa a la seva traducció alemanya de la Bíblia, es van vendre cinc mil exemplars del Nou Testament en poques setmanes. En total, en vida de Luter, hi va haver quatre-cents trenta edicions de la seva traducció de la Bíblia!

La proliferació de llibres impresos en llengües vernacles –mentre s'abandonava progressivament el llatí– també va redundar en la consciència d'uns vincles entre els lectors i una tradició cultural local singularitzada, és a dir, va abonar la consciència de pertinença a un grup, a una comunitat cultural pròpia, cosa que en certa manera afavoriria sentiments nacionalistes posteriors.

Els autors seglars aniran guanyant terreny durant els segles XVI i XVII als religiosos com a autors de les obres impreses, no sense pugna per part de l'Església catòlica, que amb la Inquisició va enviar algun impressor a la foguera. És el cas d'Esteban Dolet, un impressor de Lió que va ser cremat en una plaça pública el 3 d'agost del 1546, per imprimir obres de Rabelais, Marot i, sobretot, l'obra del reformista renaixentista d'Erasme de Rotterdam *Manual del cavaller cristià*. Però la multiplicació de les imprentes ja dona massa facilitats al pensament lliure.



Activitat 3

- Podríeu elaborar una filiació de les vostres idees-força, dels vostres coneixements i concepció del món? D'on procedeixen? De lectures? De la família? De professors? Del cinema i la televisió?
-



La impremta va difondre i va popularitzar el llibre, va facilitar la lectoescriptura i va afavorir moviments socials com la Reforma i la propagació de noves idees.

L'Enciclopèdia

Amb l'arribada del segle XVIII, el segle de les llums (la Il·lustració), el llibre imprès ja és el mitjà de comunicació per excel·lència. A Itàlia, Holanda i França s'ha popularitzat el "llibre de butxaca", edicions de mida reduïda, barates, de lectura còmoda.

I aleshores el llibre escometrà una de les seves principals aventures, una fita majúscula: l'Enciclopèdia francesa, l'*Encyclopédie* (ara fa dos-cents cinquanta anys). Es tracta d'una magna aventura intel·lectual, filosòfica i financera que marcarà el final d'una era, l'acabament de l'*Ancien Régime*, i el començament de la societat contemporània.

La idea –d'un editor, Le Breton– consistia a elaborar una enciclopèdia que compilés tots els coneixements d'aquell moment (el pla inicial era de vuit volums de text i dos de gravats), imprimir-la i fer que la venda fos un bon negoci.

Aquest "negoci" editorial va acabar implicant la victòria de la raó sobre la superstició, de la ciència sobre la religió, de la llum sobre la foscor: va expandir les noves idees que contradeien el vell ordre feudal i el va minar des de les ments. L'Enciclopèdia, difusora del racionalisme i la Il·lustració, desembocarà en la Revolució Francesa –Llibertat, Igualtat, Fraternitat–, l'esdeveniment fundacional del nostre món actual.

Aquesta obra magna de la difusió de les idees per la impremta es desenvolupa del 1751 al 1772. El procés va estar ple de peripècies. Arrenca vers el 1745 amb la recerca de llicències, recopilant documentació i fitxant un bon dibuixant (Louis-Jacques Goussier) i mig centenar de col·laboradors –Buffon, Rousseau, Jaucourt, D'Alembert, Voltaire, etc.– el més important dels quals és Diderot: la nòmina completa de la Il·lustració francesa.

Abans de començar, la publicació de *Carta sobre la ceguesa* (1749), va portar Diderot a l'empresonament. Els editors veuen perillar el negoci i aconseguen del comte D'Argenson l'alliberament de Diderot. Per això dedicaran l'Enciclopèdia al comte D'Argenson.

El primer volum es publica el 28 de juny del 1751. Els enemics es revolten: jesuïtes i jansenistes s'alien contra els enciclopedistes, que pel seu racionalisme són vistos com a irreverents.

El segon volum, aparegut el 1752, molesta la cúria eclesiàstica pròxima al rei Lluís XV, que prohibeix els dos primers volums i mana segrestar textos i gravats. Alguns col·laboradors opten per callar o exiliar-se. L'escàndol desperta més expectació entorn de l'obra.

Després les aigües es calmen, i l'obra reprèn l'aparició. Els jesuïtes –que dominaven l'ensenyament– es tornen a indignar quan en els volums successius D'Alembert escriu que l'estudi de la moral cristiana es podria limitar tan sols a l'examen del *Sermó de la Muntanya*.

El nombre de subscriptors augmenta: el 1751 eren mil, el 1757 són quatre mil dos-cents, entre escàndols en l'aparició de cada volum. El 1759, el privilegi reial de publicació és suprimit i el papa Climent XIII la condemna, però l'obra es continua editant des de províncies. De tota manera, l'editor, espantat, censura textos en proves.



Escandalitzat, Diderot descobreix que textos seus –entre els editats el 1764– han estat tallats o reescrits pel mateix editor, Le Breton. I li escriu aquesta carta, indignat:



"Vostè m'ha enganyat vilment. Ha massacrado o fet massacrar per una bèstia bruta el treball de vint persones honrades que us han consagrat el seu temps, el seu talent i els seus esforços per amor al bé i a la veritat, i amb l'única esperança de veure aparèixer les seves idees i d'obtenir una consideració merescuda, que la vostra injustícia i ingratitude els haurà escamotejat. [...] Vostè els ha castrat, esmicolat, mutilat, executat sense judici, sense criteri, sense gust. Vostè ens ha tornat estúpids i plans."

Finalment, l'Enciclopèdia es culminarà. Es compondrà de disset volums de textos més onze de gravats: tot el saber de l'època.

En total, quatre mil dos-cents vint-i-cinc exemplars dels vint-i-vuit volums de l'Enciclopèdia (la meitat venuts a l'estranger): setanta-un mil vuit-cents divuit articles i dos mil vuit-cents vuitanta-cinc gravats. L'Enciclopèdia ja és un

llibre plenament modern: no interessaven les filigranes, les garlandes, la decoració, el llibre com a objecte, sinó la informació, les dades i la claredat. La llum.

L'Enciclopèdia va ser una fita de l'escriptura com a mitjà d'informació i comunicació, una fita en l'era del llibre imprès.



La impressió de l'Enciclopèdia francesa va agitar les consciències d'Europa, va difondre el saber i les noves idees de l'època: va preparar la Revolució Francesa, matriu del nostre món.

La premsa

Si al segle XIX Gutenberg hagués aixecat el cap, sens dubte s'hauria sorprès en advertir que de tot el que les impremtes imprimien, el llibre només en representava una petita part. La resta eren diaris, revistes, cartells, impresos comercials, etc.

Així, doncs, la tecnologia de la impremta va generar un mitjà de comunicació nou: la premsa. Els avenços tecnològics de la impremta condueixen a tirades de diaris cada vegada més nombroses i a un nombre de lectors creixent. La premsa es converteix en l'antecedent dels grans mitjans de comunicació de masses. I, com que és el pioner, es queda el nom de la tecnologia que li dona vida: la "premsa".

Per a fer viables les llargues tirades que exigeix la premsa com a mitjà de comunicació, va caldre que abans es donessin alguns avenços tecnològics. El 1783 una premsa només podia imprimir tres-cents fulls al dia. Encara es feia servir la premsa manual, pràcticament tal com la va inventar Gutenberg. Però una sèrie d'innovacions tècniques farà possible les grans tirades: la incorporació d'un cilindre, del tintat automàtic, de rotlles de paper, etc. Així, fins als dos cilindres de què es compon la rotativa moderna, que es construeix per primera vegada a Filadèlfia el 1846. Aquesta impremta moderna ja tira 95.000 exemplars per hora. La premsa comença a ser massiva i un mitjà influent en la societat.

Al final del segle XIX, la invenció de la linotípia accelera la composició de les caixes amb els tipus de lletres. Tot això possibilita que a París, el 1870, s'imprimeixin cada dia un milió d'exemplars de diaris. L'abaratiment de costos permet preus barats per als diaris, i així neix la premsa popular. Les facilitats tècniques fan proliferar la premsa. La societat s'alfabetitza d'una manera creixent, i els diaris són els portadors d'idees, informacions, dades, opinions, crítiques, sàtires. I també de relats de ficció: la literatura ja no és monopoli del llibre, perquè també s'instal·la en la premsa (els fulletons: narracions per capítols als diaris. Part de la literatura major europea del segle XIX es va escriure i es va publicar d'aquesta manera, als diaris).

La lectura de la premsa es va anar convertint en un hàbit cada vegada per a més gent. Com diu la historiadora Elizabeth Eisenstein, "la lectura cuidadosa de diaris, gacetas o papeles comerciales podía satisfacer no ya un deseo de retirarse de una sociedad mundana o de la ciudad del hombre [com abans passava sovint amb la lectura, en particular de textos religiosos], sino una gregaria curiosidad sobre ellas". Aquest és un aclariment que ve a tomb perquè en el segle XVI algun observador havia assenyalat "l'aspre silenci" dels lectors de diaris a les cafeteries de l'època, absorts en la seva lectura silenciosa i aïllada d'aquella lletra impresa (una cosa nova: el costum en la tradició oral era que algú llegís en veu alta a un grup).

Una altra observació pertinent d'Elizabeth Eisenstein pel que fa a la premsa és que "el púlpito quedó desplazado en última instancia por la prensa periódica". El púlpit havia estat durant molt de temps l'emissor de notícies, el fòrum sobre diverses qüestions mundanes. Ara el diari era competidor del púlpit, primer les gasetes mensuals, després les setmanals i a la fi els diaris (cada vegada amb més periòdics provincials), "y los murmuradores parroquianos a menudo podían enterarse de los asuntos locales leyendo las columnas de los diarios en silencio en casa".

Eisenstein afirma que, avui en dia, "la comunion con el periódico dominical ha sustituido a la visita a la iglesia", i la conseqüència d'això és una comunitat d'individus connectats no ja per l'agrupació física, sinó pel contacte intel·lectual d'aquests individus –cadascú en el seu racó de lectura– amb unes mateixes idees en circulació impresa. Així, doncs, la comunitat local es veu desbordada, creix. I creixerà fins al "veïnatge universal" que va descriure MacLuhan (i que la televisió acabarà de perfilar).

A més, el diari es convertirà en el mitjà de comunicació del poder amb el poble. La premsa transmetrà les idees, les disposicions, els projectes, les amenaces, i també les declaracions de guerra d'un país a un altre. La premsa es converteix en una eina de propaganda política, en una arma del poder (no en va el cardenal Richelieu, el 1789, incloïa la impremta en els seus objectius de construcció de l'Estat). No debades, amb el temps, com a demostració del poder social de la premsa, es dirà d'alguna cosa o d'algú que té "bona premsa" o "mala premsa".



Activitat 4

- Compareu exemplars de premsa escrita de fa vuitanta, cinquanta, trenta, deu anys i actuals, per a veure com hi ha evolucionat l'ús de la imatge. Acareu, en cada cas, les dates amb les de la implantació social de la televisió com a mitjà de comunicació de masses en aquells períodes.

A la fi, l'edició lliure de diaris en un país es convertirà en el baròmetre dels sostres de democràcia i de llibertat política d'aquest país.



La premsa popularitza la lletra impresa i es converteix en el primer mitjà de comunicació de masses, en el transmissor per excel·lència d'informacions i idees a partir del segle XIX.

Dibuixos impresos i còmics

La premsa consagra la propagació popular de l'escriptura, però no per això s'allunyarà de la imatge. De seguida inclourà imatges, gravats, estampes, i amb aquesta pràctica es torna a vincular amb la tradició medieval dels llibres il·lustrats o miniats.

Progressos tècnics successius –la impressió litogràfica– permetran a les rotatives d'incloure imatges a la premsa, fins i tot amb l'ús del color.

Assoleixen fama alguns dibuixants caricaturistes, que posen la ploma de dibuix al servei de la sàtira ideològica i política, amb gran eficàcia (Philippon, Daumier, etc.).

En aquest àmbit, el de la premsa amb il·lustracions, naixerà la historieta. Va ser idea del ginebrí Rodolphe Töpffer, escriptor, pedagog i dibuixant, que va començar a dibuixar relats en imatges. Es tracta d'una successió de vinyetes, cadascuna amb un dibuix i, a sota, un parell de línies de text.



Fragment de *M. Jabon*, de Rodolphe Töpffer.

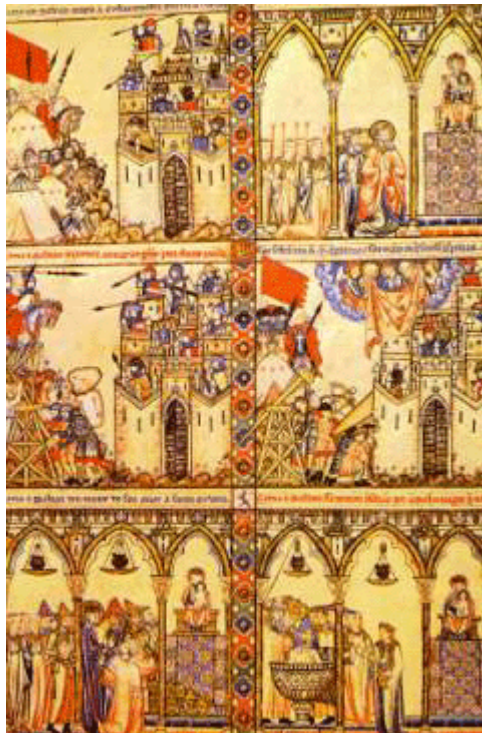


Activitat 5

- El còmic és l'hereu de gairebé cinc-cents anys d'imatges impreses, i fins i tot d'una tradició d'agermanament d'imatges i textos més antiga? Compareu aquestes imatges:



Pàgina del *Beato de Liébana*



Pàgina de les *Cantigas* d'Alfons X el Savi



Pàgina del còdex Nutall

Quins elements comuns mantenen? A quines pretensions responen? Quines diferències conceptuals, culturals, socials, etc. s'hi poden assenyalar?

Textos i dibuixos es complementen (els uns sense els altres no tindrien sentit narratiu) i, en paraules del mateix Töpffer, "tot el conjunt forma una mena de novel·la, un llibre que, parlant directament als ulls, s'expressa per la representació". Un llibre d'imatges, en suma, que es popularitzarà com a "còmic" en ple segle XX, i que té com a avantpassats històrics les il·lustracions en llibres impresos, el llibre manuscrit miniat, els còdexs dels indis mesoamericans precolombins i, fins i tot, els papirs i els baixos relleus egipcis, en què una profusió d'imatges hieràtiques il·lustren les escenes que es relaten en els textos jeroglífics.

De tota manera, el "còmic" modern neix en les pàgines de la premsa nord-americana (si bé després s'independitzarà com a mitjà d'expressió amb format propi). Una tendència de la premsa popular per a atraure més capes de població, i més àmplies, cap als seus continguts va conduir els Estats Units a l'anomenada "premsa groga" (denominada així pel color del paper en què s'imprimia), premsa barata i popular. La inserció de tires de "còmic" en aquests diaris contribueix a augmentar-ne les vendes i substitueix la vella il·lustració periodística.

El llenguatge del "còmic" és germà del llenguatge del cinema, atès que són coetanis, neixen i es desenvolupen contemporàniament. Tots dos són mitjans narratius, i, per a narrar, fan servir imatges en seqüències. En alguns casos, el "còmic" avança el cinema: Winsor McCay crea en les seves historietes l'enquadrament subjectiu (abans que Dreyer ho faci en el cinema, el 1930), a més de perspectives dislocades i altres recursos. La seva obra *Little Nemo en Slumberland* (1905), magistral, dona la mesura de les possibilitats del gènere. Des de llavors, cinema i

"còmic" s'influiran mútuament (en el llenguatge, i també en arguments i personatges).

La inserció de fotografies en la premsa –a partir del 1880– donarà una nova dimensió a l'ús de la imatge en aquest mitjà imprès. Originarà el fotoperiodisme i d'alguna manera agermanarà la cultura escrita i la cultura audiovisual. La influència social de la televisió conduirà progressivament els diaris –a les acaballes del segle XX– a una profusió creixent de fotografies impreses en les pàgines i a incorporar-hi el color.



La imatge i la lletra s'agermanaran en la impremta, gràcies a la litografia, la fotografia i altres avenços tècnics.

Cartells i fotografies

La impremta i les tècniques d'impressió modernes permetran d'imprimir sobre paper ja no solament textos escrits, sinó també dibuixos, imatges, fotografies. D'aquesta possibilitat naixerà el cartell, un dels mitjans expressius més polivalents del segle XX.

El cartell naixerà a mitjan segle XIX, i és viable en la mesura que hi ha ciutats de carrers populosos, en què el missatge del cartell pot tenir efecte. S'atribueix la paternitat del cartell modern a Jules Chéret, cap al final del segle XIX.



Cartell de Chéret

Des del principi, el cartell està a cavall entre la caricatura i la pintura, i fins i tot pot ser considerat "art", encara que "con independencia de la habilidad artística del realizador (la hubo, y no escasa, en múltiples ocasiones), un cartel es bueno si cumple los fines para los que ha sido diseñado", estableix Juan Antonio Ramírez (*Medios de masas e historia del arte*, 1997, Madrid: Cátedra). De fet, Chéret va rebre la Legió d'Honor per "la creació d'una nova branca de l'art, aplicant l'art a la impressió comercial i industrial".

Els primers cartells europeus són coetanis de l'obra pictòrica dels impressionistes, fet que s'adverteix en l'estil, i des d'ara serà apreciable la influència dels diversos corrents estètics i artístics en l'estètica del cartell. Així, doncs, el cartell, involuntàriament i indirectament, ha anat acostant a les masses en cada moment els moviments artístics d'avantguarda.

El cert és que el cartellista no s'arropa el protagonisme com a artista, sinó que és el simple transmissor d'un missatge per encàrrec. En això, paradoxalment, s'acosta als artistes de l'edat mitjana, que pintaven escenes o retrataven personatges per encàrrec o compliment d'una missió, no per a expressar-se personalment. I el cartell també és una mena de tornada a la pintura mural: està concebut per a ser enganxat, exposat sobre una paret pública.

Els períodes bèl·lics europeus durant el segle XX (les guerres mundials i la guerra d'Espanya) seran motor per al treball de cartellistes abocats a la propaganda ideològica i política.

Al capdavant, el llenguatge de l'art, el del cartell i el de la pintura es mostraran molt pròxims i inevitablement amalgamats, i la publicitat també els aprofitarà per als seus fins.



Carles Fontserè és un dels cartellistes més prolífics i magistrals del segle XX, autor de nombrosos cartells per al bàndol republicà espanyol, la majoria sota les sigles de la CNT.



Carlos Fontserè © Vegap 2002-08-01

L'estètica dels cartells de guerra del bàndol oposat, el franquista, i també els cartells del feixisme italià, del nazisme alemany i de l'estalinisme soviètic, mostren estètiques molt semblants.

Al seu torn, la fotografia tindrà des del final del segle XIX una presència creixent en les pàgines dels diaris, i també més endavant, en els cartells. La fotografia neix com una manera de conservar imatges del món visible mitjançant un mecanisme químic: ho aconsegueix Nicéphore Niepce (1765-1833) el 1816, i curiosament el seu objectiu era emular el talent d'altres per al dibuix, un talent que ell no tenia i que va mirar de suplir.



Ben aviat altres descobriren les possibilitats expressives de la fotografia, la seva capacitat per a suggerir sensacions, per a commoure, per a comunicar emocions i idees.

A partir d'aquell moment, la fotografia serà una competidora de l'art pictòric i, inevitablement, hi influirà. En bona mesura, les experimentacions pictòriques dels pintors a partir dels impressionistes (després cubistes i altres "istes") responen al fet que la fotografia ja cobreix la funció de retratar d'una manera realista la natura, el paisatge i les persones: la pintura s'abocarà a experimentacions amb la llum, amb tots els llenguatges possibles de l'expressió mitjançant la imatge i la plàstica.

A més, la fotografia es farà servir per a informar i per a narrar: neix el fotoperiodisme en premsa (i també s'utilitzarà la fotografia en els cartells i en la publicitat) i anirà guanyat posició des del final del segle XIX.



Mort d'un republicà, de Robert Capa. (1936)
© Robert Capa, Magnum.

Una altra forma de narració fotogràfica serà la fotonovel·la, tot i que en aquest cas es tracta de ficció: s'explica una història –generalment romàntica i sentimental– amb una seqüència de fotografies, a tall de vinyetes, en les quals els actors protagonistes "parlen" amb l'expressió dels rostres i mitjançant textos en peus de foto o, com als còmics, amb bafarades o cartutxos amb les seves frases o parlaments respectius. Així, doncs, la fotonovel·la uneix la tradició del *roman*, el romanç de cordill, la novel·la vuitcentista, el teatre, el còmic i la fotografia.

La pintura

Coves i tombes

L'ésser humà sempre ha anhelat representar l'entorn, aprehendre'l mitjançant el símbol, amb la representació simbòlica. I l'escriptura serà una manera de realitzar aquest anhel, una forma particularment estilitzada. Una altra manera, més directa i immediata, va ser la pintura: l'home va mirar de representar l'entorn reproduint-ne les formes (dibuixant-lo) i els colors (pintant-lo).

L'escriptura va ser útil per a emmagatzemar informació, transportar-la, comunicar-la, reelaborar-la, ampliar-la. Però, malgrat els progressos en l'escriptura –alfabet, llibre, paper, impremta, etc.–, l'ésser humà no ha deixat de representar el món iconogràficament, amb imatges, amb el dibuix i la pintura, des de la prehistòria fins avui mateix. La pintura ha vehiculat en cada moment codis útils per als individus i les societats: ha donat esperança, ha comunicat, ha entretingut, ha educat, ha atemorit, ha informat...

La pintura, doncs, és un precedent dels mitjans visuals que cristal·litzen en el segle XIX (la fotografia, el cinema) i XX (la televisió, la realitat virtual, els videojocs, etc.), després d'una persecució de mil·lennis de l'home per a atrapar i emmagatzemar imatges del món (i el màxim: imatges en moviment, amb el màxim realisme possible). Mitjançant la il·lusió òptica produïda per la imatge representant, l'home accedeix al món representat.

Aquest anhel ja es manifesta en les primeres pintures que coneixem: les rupestres. Avui la televisió ens ofereix imatges dels espècimens animals més variats i fascinadors (en les emissions documentals, a l'estil de les de *National Geographic*). Els nostres avantpassats no pintaven la imatge dels animals del seu entorn amb les mateixes finalitats amb què nosaltres els filmem, però sí que havien de veure en aquelles pintures tota la informació de l'animal que els interessava.

Pintures com les de la cova d'Altamira (de fa catorze mil anys) reproduïxen animals (bisons, senglars) en posicions diverses, executant diferents moviments. Una d'aquestes imatges fins i tot procura plasmar el moviment: és un senglar al qual s'han pintat vuit potes. Aquest intent de captar el moviment de l'animal en plena cursa es podria considerar la inclinació més remota que es coneix de l'ésser humà pel cinema. A la llum d'una flama vacil·lant, aquest animal havia de córrer com en una filmació del *National Geographic*.



Pintura rupestre de la cova de Chauvet, França.

En aquesta pintura de la cova de Chauvet –de fa trenta mil anys– l'home paleolític també va intentar reproduir el moviment del cap de l'animal.

Les pintures esquemàtiques característiques de l'art rupestre llevantí (7000 aC), presents en molts abrics rocosos de la franja mediterrània de la península Ibèrica, mostren sovint figures animals i humanes en ple moviment. En aquest cas, es pinta la figura del corredor amb les cames extremadament obertes, formant gairebé una mateixa recta, cosa que transmet amb força la sensació de córrer, gairebé volant, amb una enorme potència.



Pintura rupestre llevantina



Photo-finish d'una cursa d'atletisme

Es podria dir que l'ull nu de l'home prehistòric va captar la força cinètica de les cames del corredor caçador amb un realisme semblant al d'una fotografia d'un corredor atleta al final d'una cursa.

L'ésser humà està naturalment inclinat a reproduir el món el màxim de fidel possible. Fa cinc mil anys, els egipcis ho van intentar amb una perfecció destacable. Aquest era precisament l'objectiu dels frescos policroms pintats a les parets interiors de les tombes: reproduir fidelment el millor del món terrenal.

El ka (alè vital) del mort podria viure eternament si a la tomba hi havia tot el que calia per a la vida: i per això els egipcis pintaven tot el necessari. Animals per a caçar i obtenir-ne la carn (virtual); peixos per a pescar; aigua per a beure; blat per a collir i convertit en farina i en pa; raïms per a elaborar vi, gerres per a conservar-lo, etc. Tot això estava pintat en les quatre parets i el sostre de la tomba (més detalladament i amb més riquesa com més fortuna tingués el difunt).

Així, doncs, una tomba egípcia és una mostra de realitat virtual pictòrica, un bell precedent de la realitat virtual cibernètica. El ka, en aquelles parets pintades de la tomba, tenia el seu particular "omnimax", les seves ulleres de realitat virtual, amb les quals els sentits de l'usuari li transmeten la percepció d'estar immers en un entorn real, mentre que és virtual.



Imatge de la tomba de Nebamon

Una cosa similar succeeix amb les pintures murals de les vil·les romanes, que reproduïen paisatges, jardins, artificis que simulen un ambient, un escenari, en el qual el resident de la casa se sent integrat.



Pintura mural de la casa de Llivia (segle I a.C.)

Al llarg de la història, les tècniques pictòriques i les tradicions estètiques successives en pintura aniran condicionant l'ull i el cervell humans al món visible, a maneres de veure el món. Així, doncs, quan quallin els mitjans audiovisuals contemporanis (cinema, televisió), tota aquesta llarga tradició pictòrica, icònica, desembocarà en aquests nous mitjans, que la reflectiran, fruit de mil·lennis d'educació visual.

El rostre de Déu

Des del principi, l'home ha volgut fer visibles i comprensibles les forces que el superen. Ha volgut visualitzar Déu. Ha volgut veure'l per a conèixer-lo, entendre'l, tenir-lo al costat. I l'ha pintat. Les representacions pictòriques de la divinitat han estat diverses i han anat fixant en l'imaginari col·lectiu unes formes que fessin Déu pròxim, comprensible.

Per això, les divinitats han tingut formes humanes durant tota l'antiguitat, i també formes d'animals. Formes pintades en murs, en objectes (plats, gerres, etc.), i, ja en l'era cristiana, sobre tot tipus de suports.

El costum de representar els déus amb forma humana –antropomorfs– deriva de l'Antic Egipte (els déus estaven

encarnats en els mateixos faraons) i de Grècia i de Roma, que en els murals representaven cada un dels déus amb els seus atributs i trets distintius particulars.

El cristianisme també posa cara a Déu. La iconografia cristiana es concentra, com és natural, en Jesucrist, és a dir, Déu Fill. La cara de Jesús ha estat pràcticament la mateixa durant dos mil anys de representacions pictòriques: "De cuerpo esbelto, moreno, con barba corta y facciones de gran serenidad, vestido con túnica y manto de dos colores, casi siempre rojo y azul", en descripció de **Luis Monreal** (*Iconografía del cristianismo*, 2000, Barcelona: El Acantilado).

Amb aquest aspecte d'home barbat es representa Jesús des del principi, des del paleocristianisme (amb molt rares excepcions, en què se'l pinta afaitat), un patró que se segueix fidelment. És un patró fixat en l'anomenada *sindone* o sant llençol de Torí: la tradició cristiana vol que sigui el llençol amb què es va embolcallar el cos de Jesús en dipositar-lo al sepulcre després de la crucifixió, i el seu rostre hauria quedat imprès sobrenaturalment en el teixit del llençol.

El llençol en qüestió es conserva a Torí, i certament conserva impresa (curiosament en negatiu) la imatge d'un rostre humà barbat. Sigui quin sigui el procediment tècnic amb el qual es va representar aquest rostre (hi ha incertesa científica sobre la qüestió), el cert és que aquell llençol –o un altre de similar– va ser exhibit en els primers segles del cristianisme entre les naixents comunitats cristianes de l'orient mediterrani (Bizanci), i des del principi se'n va parlar –o d'altres de similars– com de la *vera icona*, és a dir, la "vertadera imatge" del rostre de Jesús.

Així, ja trobem la representació pictòrica del rostre de Jesús en les primeres icones bizantines d'acord amb el patró d'home jove i barbat.



Activitat 6

- Quines influències de la iconografia de Jesús es poden detectar en la ficció cinematogràfica, televisiva, en el relat publicitari, en la política, en la premsa?



Imatge del Sant Llençol



Icona bizantina



Jesucrist Superstar



El llibre *La semilla inmortal*, de Jordi Balló i Xavier Pérez, 1998, Barcelona: Anagrama, dedica un capítol a l'arquetip de messies.

Durant tota l'edat mitjana –del romànic al gòtic–, l'efígie de Jesús es representarà d'aquesta manera en retaules, teles i llibres miniats. I aquest patró també es mantindrà durant el Renaixement i el Barroc, fins a arribar a la pintura moderna (que ja abandona els motius religiosos). El rostre de Jesús és, sens dubte, una de les icones més persistents del món occidental, i molt fixada en l'imaginari col·lectiu. El cinema l'ha rescatat en les pel·lícules sobre la figura de Jesús. És una tradició visual que no s'ha diluït.

Així, doncs, aquesta iconografia d'home jove i barbat està carregada als ulls del món occidental del valor de la divinitat, la bondat, la superioritat moral. Per això, la força iconogràfica de rostres com el de Che Guevara barbat i aixecant la mirada, similar a tantes representacions pictòriques de Jesucrist. Aquesta imatge, doncs, carrega amb un missatge alliberador i redemptor, els seus trets el fan molt comprensible visualment, i s'entén que fos una de les icones més eficaces del segle XX. La fotografia d'aquell rostre crístic va ser reproduïda en milers de cartells, com una nova icona bizantina.



Che Guevara

I identifiquem certs trets –la barba, la túnica, etc.– amb la iconografia de Jesús fins al punt que l'aparició del rostre de Bin Laden en les televisions de tot el món es va superposar a aquest patró, per a desassossec de molts i fascinació d'altres.



Bin Laden

I, també per aquesta mateixa raó, va disgustar molts cristians la imatge que la premsa va difondre del que, segons un grup de científics anglesos, hauria estat de debò el rostre del Jesús històric, de l'home que va viure a Palestina fa dos mil anys.



Reconstrucció del rostre de Jesús

La pintura religiosa ha omplert un percentatge elevadíssim –70% o 80%– de la nostra iconosfera (el nostre entorn visual) durant els últims dos mil anys. La secularització del món contemporani ha coincidit amb l'apogeu dels mitjans audiovisuals de masses, els continguts dels quals no són ja majoritàriament religiosos. Per a alguns analistes, els mitjans audiovisuals actuals han substituït la funció de la religió, i oferirien un nou panteó de déus: les estrelles del cinema, de la música, de la televisió. Noves deïtats de l'experiència audiovisual, encarnació de valors i portadors d'atributs.

Pintura *reality show*

La pintura va posar rostre als déus, però també va plasmar la vida dels homes. Ha estat un mitjà amb què la humanitat ha anat fixant les seves formes de vida, les tasques quotidianes, les actituds. En totes les èpoques hi ha hagut un esperit "periodístic", "informatiu", que s'ha expressat mitjançant la pintura. Pintures que són els precedents dels "documentals" dramatitzats o *docusoaps* dels mitjans audiovisuals actuals.



En alguns casos, és directament una pintura de *reality show*, com en certs frescos que s'han conservat de cases pompeianes, en els quals es representaven parelles en escenes que mostren explícitament com es fa l'acte sexual.



Pintura mural eròtica de Pompeia (segle I a.C.)

De l'època egípcia i romana es conserven pintures diverses que reflecteixen escenes sobre la vida quotidiana. En canvi, durant els primers segles del cristianisme seran més aviat escasses (predomina l'art sacre), però tornaran a tenir el seu lloc al final de l'edat mitjana, centrades sobretot en aspectes de la vida de les famílies reials, de nobles i senyors.



Guiron le courtois

Durant el Renaixement, en canvi, començaran a proliferar aquestes escenes, retrats de mercaders, de gent del poble. Un bon exemple és el quadre que Jan van Eyck va pintar d'*El matrimoni Arnolfini* (1434). Els més rics es fan retratar per encàrrec, per a satisfer aquest impuls íntim que, amb els segles, portarà tanta gent a fotografiar-se, a filmar-se i, també, a mostrar-se per televisió.



Aquest quadre mostra una parella en el moment de casar-se. Seria el reportatge fotogràfic de l'*Hola* d'aquell moment. El pintor periodista que assisteix a la cerimònia (en té l'exclusiva) és Van Eyck: ell mateix s'autoretrata gairebé microscòpicament al mirall del fons de l'habitació, en el qual també es reflecteix l'oficiant de la cerimònia del casament).

Veiem que els matrimonis se celebraven en espais privats més que en esglésies, i veiem l'alcova del matrimoni, símbol de la unió, com també és un símbol de fidelitat el gosset que tenen als peus, i d'unió, l'espelma única que crema a la làmpada.



Matrimoni Arnolfini, de Jan Van Eyck.

Aquesta pintura portentosa també ho és perquè innova tècnicament, amb l'ús de nous pigments –és l'arrencada de l'oli– que permetran de representar la realitat amb més llum, d'una manera més brillant i vívida.

Un segle després, la pintura recollirà d'una manera convincent i dinàmica la realitat quotidiana de gent del poble, com es pot veure en els olis de Brueghel. El 1565 aquest pintor holandès va retratar les activitats camperoles corresponents als dotze mesos de l'any (se'n conserven alguns, com *Dia ombrívol* o *Caçadors a la neu*), i va plasmar les seves activitats quotidianes, com es veu en el quadre *El banquet nupcial*.



El banquet nupcial (1567) retrata amb realisme un casament camperol de mitjan segle XVI, amb els mateixos ulls amb què Buñuel retrataria els pobres a *Nazarín* o en d'altres de les seves pel·lícules. El banquet es fa en un estable decorat per a l'ocasió, i consisteix en humils plats de civada cuita amb llet o crema, servida en una senzilla post. Tots mengen amb ganes i el gaiter, en una pausa de la missió musical, mira amb l'avidesa de qui està realment famolenc els plats que li passen a prop. Aquest quadre és un documental genuí.



El banquet nupcial, de Brueghel (1565).

Una altra manera de documentar la vida quotidiana, en aquest cas la vida quotidiana de la cort, la va trobar Velázquez a *Las Meninas* (1656). Al mateix temps que retratava la infanta Margarida Teresa, la nena rossa del centre del quadre, en mostrava l'entorn de servidors i es retratava a ell mateix pintant. El quadre transmet la sensació d'una instantània, d'un instant de vida capturat.



Com havia fet Van Eyck, Velázquez fa servir un mirall penjat a la paret del fons per a reflectir-hi una imatge: en aquest cas, els qui s'hi reflecteixen són els reis, que estan situats físicament en el lloc de l'espectador del quadre. És un joc complex: en aquest quadre, Velázquez pinta la infanta i el seu entorn, i alhora es pinta a ell mateix pintant els reis. Tothom content!

A més, en aquesta pintura hi ha un enquadrament que precedeix els que farà servir Orson Welles a *Ciudadà Kane*, que guanya profunditat de camp, crea aire darrere dels personatges, permet de veure els sostres, etc.



Las Meninas, de Velázquez (1656).

El mateix passa amb les obres de Vermeer de Delft, com és el cas de *La lletera* (1656). Aquest i altres quadres i interiors de Vermeer transmeten una claredat silenciosa: d'alguna manera, el moviment detingut que capta Vermeer transmet la sensació que es pot sentir el silenci. Retrata moments petits, insignificants, com el d'abocar una mica de llet d'una gerra en un plat en una cuina.



Activitat 7

- Amb un quadre com el de *La lletera* de Vermeer, inundat per aquesta llum quieta i plàcida, Vermeer fomenta el gust per les escenes senzilles, intimistes, que la fotografia i el cinema també recolliran després.



La lletera, de Vermeer (1658-1660).

Podríeu localitzar en les obres d'alguns cineastes escenes d'aquest tipus?

Amb l'arribada del segle XIX, es pinten amb profusió els molt dispars aspectes de la vida quotidiana. Els quadres de Millet són una clara mostra d'aquesta intenció documental, costumista, i així ho va expressar el pintor en dir que el que pretenia era "fer que el que és trivial servís per a expressar el que és sublim". El quadre *L'Àngelus* és la manifestació idònia d'aquest propòsit.



L'Àngelus, de Millet (1857-59).



Sobre aquest quadre, Salvador Dalí va elaborar un complex estudi icònic i semiòtic, partint del seu surrealista i personal mètode paranoicocrític.



Salvador Dalí © Vegap 2002

Quan la fotografia i el cinema es desenvolupen, la pintura perd l'hegemonia visual en captar la realitat quotidiana (cosa que ja faran els nous mitjans) i esdevé més un mitjà d'expressió experimental.

La història a pinzellades

Fins a la irrupció dels mitjans audiovisuals actuals, l'home ha fet servir la pintura (i l'escriptura) per a fixar la història, per a relatar els fets considerats rellevants. Amb la pintura, l'home ha narrat a les generacions presents i futures els esdeveniments de la vida social que ha considerat dignes de recordar.

A l'edat mitjana s'elaboren testimonis visuals d'esdeveniments d'abast col·lectiu, com les guerres. Un exemple són les *Cròniques de Froissart*, de mitjan segle XIV. El clergue francès Jean Froissart va escriure una història de les guerres contemporànies, crònica esmaltada amb profusió d'il·lustracions, de dibuixos pintats a tot color.



Aquesta il·lustració mostra com els camperols són esbocinats i llançats al riu Marne, a Meaux, per Gaston de Foie. Va ser un de tants episodis bèl·lics que hi va haver entre França i Anglaterra entre 1337 i 1453, període conegut com la Guerra dels Cent Anys.

El clergue Jean Froissart, a mitjan segle XV, decideix d'exercir de cronista i historiador, i narra i dibuixa els esdeveniments d'aquesta guerra. Parla amb alguns dels protagonistes, s'informa, escriu i dibuixa.



Il·lustració de les *Cròniques de Froissart*

Els autors d'aquelles obres d'art historicistes van dependre durant segles de qui els encarregava i pagava l'obra. Bé es pot dir que la història la pinta qui la paga. És el cas d'una sèrie de quadres pintats pel gran Rubens, exaltació propagandística de la seva finançadora, Maria de Mèdici, mare de Lluís XIII i regent mentre ell va ser un infant. Lluís li va regalar el palau de Luxemburg, al costat del Sena, i la dona –megalòmana– va encarregar a Rubens un cicle de teles que il·lustressin la història i el triomf de la seva carrera.



Sobre uns fets històrics menors, la mestria de Rubens va elaborar unes obres pictòriques esplèndides, utilitzant models de la mitologia clàssica, com en aquest cas.

Aquesta tela ocupava tota una paret del palau (7 x 4 metres) i relata l'ascens d'Enric IV –assassinat el 1610– al cel. Alhora, a la dreta, la seva afligida vídua li ofereix França, la bola i el timó de la pàtria. L'aristocràcia i les gràcies celestials li demanen que ho accepti. Una narració plena de dinamisme i concreció, una mena de pla seqüència, de *tràveling cinematogràfic avant la lettre*.



L'apoteosi d'Enric IV i la proclamació de la regència, de Rubens (1621).

El segle XIX és pròdig en l'ús de la pintura com a testimoni del seu temps. Els grans reporters de guerra d'aquest moment són els pintors. Goya n'és el màxim exemple. Viu de prop els esdeveniments crucials de la història de l'Espanya del seu temps, i els plasma en els quadres. Goya viu la invasió napoleònica d'Espanya i la Guerra de la Independència, i pinta la sublevació contra les tropes franceses a Madrid el 2 de maig del 1808, i els afusellaments de presoners espanyols del 3 de maig.



Les tropes franceses van fer presoners espanyols revoltats contra el govern dels Bonaparte. L'endemà, crim de guerra: els soldats francesos executen els presoners a la Moncloa, a la matinada. Goya actua de CNN i ho pinta. El quadre és del 1814, de sis anys després d'uns fets que passen a les pàgines de la història, que el pintor immortalitza visualment (quan la monarquia espanyola ja ha estat restablerta).

Goya reflecteix l'horror de la guerra en la impietat maquinal dels soldats, en els rostres d'espant dels afusellats, en la insolència heroica, amb aire de sacrifici i immolació, del patriota il·luminat, que concentra l'atenció del quadre.

Quan veiem la famosa fotografia de Robert Cappa amb la mort del legionari a la Guerra Civil, aquella imatge no evoca la del protagonista d'aquest quadre?



Afusellaments del 3 de maig, de Goya (1814).

Una cosa semblant farà Delacroix amb els fets de l'anomenada Revolució de les Tres Jornades del 1830, amb els quals el romàntic Delacroix es va identificar (va ser una sublevació popular contra Carles X, per les seves accions polítiques per a posar fi a la llibertat de premsa i política). Com a conseqüència de la revolta, el rei va haver d'abdicar. Delacroix va pintar el quadre *La llibertat guiant el poble* el 1831, que ha quedat com a al·legoria no solament d'aquests fets, sinó de la mateixa França, de la llibertat i de totes revolucions alliberadores.



Sobre la destrucció i la mort s'alça l'esperança. Aquest quadre –amb el braç ferm de dona lliure empunyant la bandera– estableix el patró d'una iconografia política que aflorarà després de les representacions de la Revolució Soviètica i, després, en tot el cartellisme ideològic i bèl·lic del segle XX. La llibertat porta el casquet frigi vermell que van adoptar com a símbol els revolucionaris francesos del 1789, i que ja serà per a totes les nacions el símbol del republicanisme.

El mateix autor, Delacroix, s'autoretrata en la figura que empunya una escopeta de cacera, una arma privada, no de l'exèrcit.



La llibertat guiant el poble, d'Eugène Delacroix (1831).

Un segle més tard de l'obra de Delacroix, quan la pintura ja ha estat desplaçada per la fotografia i el cinema a l'hora de captar i recrear la realitat, la guerra espanyola dóna peu a Pablo Picasso per a demostrar l'eficàcia comunicativa de la pintura: pinta *Guernica* (1937).



D'alguna manera, les imatges d'aquest quadre relliguen tota la tradició pictòrica, des del bisó d'Altamira fins als horrors de la guerra de Goya i les formes de la pintura mitològica i de l'expressionisme. És una pintura cartell, un crit, una denúncia: posa llum a l'espant de la guerra, i ho fa utilitzant només la gamma de grisos, que l'aproxima al documentalisme del cinema d'aleshores, en blanc i negre, a la fotografia de premsa.

En el segle dels mitjans de masses electrònics, és de les poques mostres de l'art pictòric que s'erigeix en icona, en peça destacada de la iconosfera del segle XX.



Guernica, de Picasso.
Pablo Picasso © Vegap 2002

Davant l'hegemonia del cinema i la televisió, la pintura perdreà moltes de les seves funcions socials. A partir del segle XX, serà més expressió d'obsessions personals, experimentació subjectiva amb la percepció del món o amb els límits tècnics i expressius de la mateixa pintura.



Activitat 8

- En quins aspectes ha influït la tradició pictòrica en els productes cinematogràfics i televisius?
- Analitzeu la influència d'algun pintor en algun programa de televisió o obra audiovisual.

Les històries i els relats ja no passaran per la pintura, sinó per la pel·lícula cinematogràfica, per la sèrie televisiva, per la publicitat i el còmic, que en bona mesura beuen, això sí, d'una tradició pictòrica de segles.

Les tres dimensions. Del menhir a les Torres Bessones

Dòlmens i piràmides

Transmetre informacions, comunicar missatges, és una cosa que l'home ha fet per diversos mitjans. Amb

l'arquitectura, l'estatuària, l'ús dels materials i de l'espai, l'home també ha parlat.

Quan no hi havia altres mitjans –cinema, televisió, fotografia– o el seu ús era molt restringit –escriptura, pintura–, les manifestacions en tres dimensions tenien una gran eficàcia.

Els dòlmens i menhirs de la prehistòria, pedres clavades a la terra, parlaven en el paisatge de la presència humana. Els arqueòlegs encara en debaten l'ús: podria ser funerari, podria ser astronòmic. Probablement aquells megàlits eren marcadors astronòmics, punts de referència des dels quals veure el trànsit dels cossos celestes i prendre decisions pràctiques –agrícoles, ramaderes– per a la comunitat. Era el rellotge de les notícies.



Dolmen

Durant segles, l'arquitectura serà expressió dels sentiments, les creences, els èxits, les pors dels pobles. Els monuments parlen. El primer monument edificat en pedra tallada data del 2778 aC: la piràmide de Sakkara, a Egipte (el seu arquitecte va ser Imhotep, considerat el primer arquitecte de la història, i convertit en personatge inquietant en la pel·lícula *La mòmia*).

Aquesta i les piràmides següents parlen de la grandesa del constructor –el faraó–, de la seva connexió amb el cel, amb la divinitat.



La piràmide de Keops –que va ser considerada una de les set meravelles del món– encara és avui un dels monuments més grans del món. La seva presència gegantina parlava als egipcis i als pobles de l'antiguitat de la grandesa dels faraons déus, de la seva connexió amb el que és sobrenatural.



Piràmide de Keops

El NO-DO en pedra

Monuments erigits en pedra durant l'antiguitat van exercir funcions similars a les que després han cobert altres mitjans de comunicació audiovisuals. Són monuments que informen, que expliquen, que narren: una mena de documentals en pedra.

Són monuments arquitectònics i escultòrics no destinats al culte als déus, ni a habitatge, ni a transportar aigua ni a cap funció pràctica més que la de comunicar un esdeveniment, divulgar-lo, immortalitzar-lo, commemorar-lo perpètuament.

L'Imperi Romà va gaudir de prou poder per a materialitzar aquest tipus d'obres, obres costoses que necessiten excedents econòmics i un poder polític fort i centralitzat. Dos bons exemples d'aquest tipus d'arquitectura comunicativa són l'arc de Tit (any 79 dC) i la columna trajana (any 112 dC).

Al començament de nostra era, una de les províncies que més maldecaps donava a la capital de l'Imperi, a Roma, era la província de Judea, a l'extrem oriental de l'Imperi. Les revoltes se succeïen des de feia anys, i l'emperador Vespasià va enviar el seu fill Tit (que després el succeiria com a emperador, de l'any 79 al 81) a sufocar-les. Les legions de Tit així ho van fer, i van destruir i saquejar, l'any 70, l'anomenat Temple de Salomó, a Jerusalem, màxim símbol de la identitat del poble d'Israel.

Per a les comunitats jueves de Palestina i de tot el Mediterrani, aquest saqueig va ser una commoció similar (o superior) a la que avui ha representat per a Occident la destrucció de les Torres Bessones. L'emperador romà, per a commemorar aquest èxit militar, va aixecar a Roma un arc triomfal, l'arc de Tit, que relata la victòria.



A l'arc de Tit es narra el saqueig del Temple de Salomó amb una sèrie d'escenes cinematogràfiques tallades a la pedra. Així, doncs, s'hi poden veure soldats romans carregant a l'esquena la Menorah (el candelobre jueu de set braços) i altres valuosos tresors del Temple de Jerusalem. Contemplar les escenes de l'arc era per a un romà de l'època com avui assistir a la projecció d'una pel·lícula.



Arc de Tit

Un altre bon exemple de monument comunicatiu és la columna trajana. Un emperador romà (per cert, nascut a Hispània), Trajà, també gran soldat i triomfador en nombroses batalles en diferents indrets de l'Imperi, va erigir a Roma la columna que porta el seu nom, i que ha estat al mateix lloc els últims mil nou-cents deu anys: la columna trajana.

La va aixecar l'any 112 de la nostra era per a commemorar les seves victòries en les guerres dàcies (101-106), i tota la longitud del fust està recoberta de baixos relleus remarcables que relaten episodis d'aquesta campanya bèl·lica, en una voluta de cent vuitanta metres que s'enrosca en espiral per la columna, i que els romans podien veure com si fos una pel·lícula: conté més de dues mil cinc-cents figures humanes.

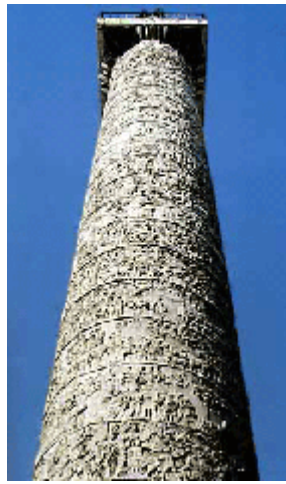


Aquesta columna té trenta-cinc metres d'altura i exhibeix en el fust una narració lineal, basada en una successió de seqüències en relleu que s'enrosquen de baix a dalt, com si estiguessin dibuixades en un rotlle que s'enfilés en espiral per la columna. Com un rotlle d'una pel·lícula.

Els seus baixos relleus estan esculpits molt clarament, per a facilitar-ne la visió des del terra i les edificacions de voltant (s'aixecava al centre del pati que formaven altres edificis, com el Temple de Trajà, la biblioteca i una basílica).

A la base, a més, hi ha unes superbes lletres, la forma de les quals constitueix l'origen dels tipus de lletra moderns (les lletres que ara llegiu, de fet, deriven del tipus de lletra trajana).

Les cendres de Trajà es van dipositar a la base de la columna, i al capdamunt s'hi va col·locar una estàtua de l'emperador (que en el segle XVI es va substituir per una altra de sant Pere).



Columna trajana

El dictador Franco també va voler erigir la seva columna trajana particular: li va donar forma de creu ciclòpia i la va fer servir per a rematar el complex del Valle de los Caídos, que va manar edificar –simbòlicament– al centre geodèsic d'Espanya (on avui està enterrat). Va ser una manera icònica de proclamar la victòria dels seus principis.



Valle de los Caídos

Temples: Déu parla

Des dels temps més remots, l'ésser humà ha erigit temples, llocs de culte a les forces de la natura, als déus, al creador del món, al Gran Arquitecte. Aquests temples tenien una funció sagrada, de comunicació amb el que era invisible, eteri, immaterial, superior. Però, a més de comunicar amb aquest "altre" món, tenien la funció de comunicar coses als membres de la comunitat, d'establir vincles, de crear una identitat.

En el segle V aC, a Atenes, els grecs aixecaven a la seva acrópolis ('ciutat alta', en grec) un temple que complia aquestes funcions: el Partenó.

El Partenó allotjava a l'interior l'estàtua immensa de la deessa Atena, protectora d'Atenes. Però, a més de lloc de culte, també era centre de reunió per als atenesos i un símbol.



El Partenó representava alhora un vaixell (Atenes dominava el seu imperi gràcies a una flota de tres-cents trirrems, vaixells de guerra amb remes), un teler domèstic (cada casa grega tenia el seu teler) i el poble atenès (*demos*). Així ho explica Jonathan Glancey a *Historia de la arquitectura* (2001, Barcelona: Blume): "La gente estaba representada por las columnas que rodeaban al edificio, que aparecían agrupadas alrededor de la presencia de Atenea. El telar estaba representado por el frontispicio del mismo, con sus columnas dentro de un marco bien definido, igual que lo estarían en un telar. En cuanto al barco de guerra, éste estaba simbolizado por la forma de las columnas y, por lo tanto, de la parte delantera del templo, como si del velamen de un barco se tratase. Para los antiguos griegos, un templo como el Partenón no era tan sólo un edificio bello e impresionante, sino también un símbolo de los principales valores de su civilización".



Partenó, Atenes.



Mur de les Lamentacions o del recinte del Temple de Salomó

El Mur de les Lamentacions és el que queda del vell Temple de Salomó. És, per tant, el lloc més sagrat per als jueus. Era el símbol de l'aliança del poble dels jueus amb Jahvè (el temple contenia l'arca de l'aliança amb les taules de la llei, els dotze manaments).

Segles després, Felip II (segle XVI) prendrà com a model mític el Temple de Salomó per a edificar el descomunal palau d'El Escorial, que serà una expressió del seu poder com a emperador de dos mons.



El Escorial

Els temples eren una via de comunicació amb la divinitat: els homes es podien comunicar amb Déu, i Déu amb els homes. En algun cas, era el mateix Déu qui dictava les dimensions i les formes del temple, com passa amb Jahvè i el Temple de Salomó, mil anys abans de Crist. En la tradició jueva, recollida en l'Antic Testament, va ser Déu qui va dictar a Salomó les dimensions, mides i formes, i fins i tot els materials amb els quals s'havia de construir el Temple de Jerusalem. I així es va fer.

L'erecció de temples ressorgeix a Europa a partir del segle XII: les catedrals gòtiques. Cada catedral gòtica parla,

per la seva magnificència, comunica la fe i la força de la comunitat en què s'aixeca. La seva disposició exterior, amb agulles apuntant cap al cel, transmetia la idea d'acostament a Déu, de fusió del cel i la terra.

A l'interior, els boscos de columnes creaven l'ambient propici per a l'aïllament i l'elevació espiritual, i els efectes òptics i lluminosos de les vidrieres exercien un vague efecte hipnòtic en el fidel.

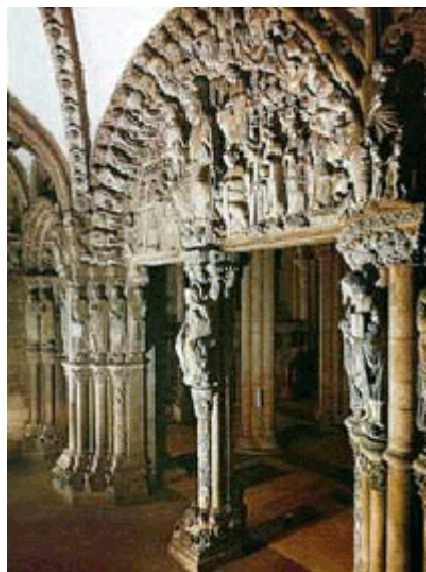
Una catedral gòtica, plena de símbols, retaules daurats, pintures i estatuària, és un dens univers simbòlic, un univers ple de missatges per als fidels de l'època, que a nosaltres se'ns escapen en gran mesura, perquè hem oblidat part del codi bàsic per a desxifrar-los.



Catedral de Chartres

Entrar en una catedral gòtica era per a l'home medieval tota una experiència audiovisual. Per la seva banda, la catedral de Chartres ha estat objecte d'estudis que apunten al fet que és el resultat d'una combinació de mesures de sentits simbòlics complexos. Sentits que no tots estaven en condicions de desxifrar, però sí cercles d'iniciats. Així, doncs, s'ha volgut interpretar alguns dels seus símbols en clau alquímica: sota els seus sentits convencionals, hi hauria un missatge esotèric per als entesos en alquímia.

El mateix s'ha dit del pòrtic de la catedral de Santiago de Compostel·la, en què els personatges porten un matràs, símbol de la transformació alquímica.



Pòrtic de la Glòria de la catedral de Santiago de Compostela

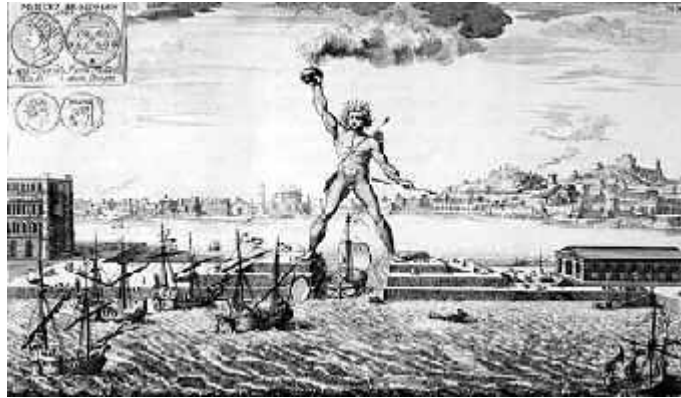
Estàtues: només els falta parlar

L'escultura ha estat un altre mitjà que s'ha fet servir per a comunicar des de l'antiguitat més remota fins a avui. Les venus prehistòriques, talles de petites dimensions, eren transportades pels nostres avantpassats, amb tot el

missatge simbòlic que integren.

A l'Antic Egipte es van tallar estàtues colossals en pedra dels faraons i els seus familiars, que han arribat fins a nosaltres i que mostraven al poble el rostre dels dirigents i els atributs de poder.

Una de les set meravelles del món antic va ser l'anomenat Colós de Rodes, una estàtua monumental que rebia els vaixells que arribaven al port de l'illa de Rodes. La seva fama era general al món antic, i parlava de la magnificència de la talassocràcia grega. Tot i que va desaparèixer a l'antiguitat, les cròniques descriuen el Colós de Rodes com una figura humana amb les cames obertes –de manera que els vaixells podien circular per sota– i enarborant una torxa, amb funcions de far per als navegants.



Colós de Rodes

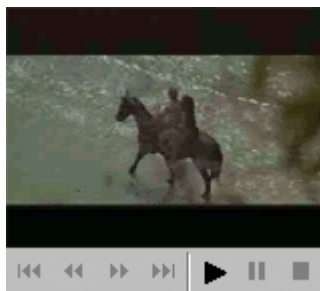
La seva descripció clàssica i la seva disposició, a l'entrada del port, evoca la d'una altra estàtua cèlebre, tot i que de molts segles després: l'Estàtua de la Llibertat.



Estàtua de la Llibertat

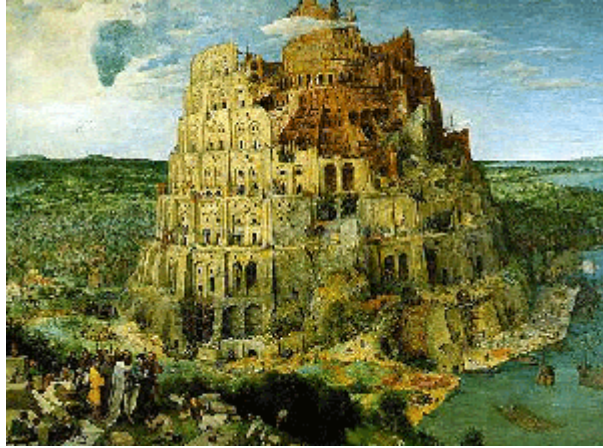
L'Estàtua de la Llibertat representa la llibertat en forma de dona –concepte desenvolupat a partir de la Revolució Francesa, i plasmat en pintura per Delacroix i altres artistes– enarborant una torxa. Així, doncs, representa el principi de llibertat enarborat pels Estats Units d'Amèrica des de la seva Declaració d'Independència. Durant tot el segle XIX, quan onades massives d'immigrants europeus desembarcaven als Estats Units, la primera figura que entreveïen en acostar-se per mar a l'illa d'Ellis era la silueta de l'Estàtua de la Llibertat, que els rebia.

L'Estàtua de la Llibertat és una icona americana per excel·lència, un símbol dels Estats Units. Així el fa servir la pel·lícula *El planeta dels simis*, en què en el pla final el protagonista (Charlton Heston) descobreix que el planeta al qual ha arribat la seva nau espacial és el seu, la Terra, però quan han passat milers d'anys i després d'una devastació absoluta: en la sorra d'una platja apunta el cap d'una Estàtua de la Llibertat caiguda i enterrada.



Torres més altes...

Un dels mites més antics de la humanitat és el de la Torre de Babel. L'Antic Testament relata que l'home va voler alçar una torre que l'acostés fins a Jahvè, i quan tenia una altura considerable, Jahvè va castigar la seva supèrbia i va fer caure la torre.



La Torre de Babel, de Brueghel.

Aquest relat mític és un arquetip que continua latent (està plasmat en una de les cartes del Tarot, "la torre ferida pel llamp"), i que per a alguns la caiguda de les torres bessones ha revivificat.

Sobre aquest arquetip l'home ha construït al llarg de la història, més modestament, torres-campanars i fars: mitjans de comunicació audiovisual. El far, amb un sistema de senyals lluminosos –fogueres–, guiava els navegants en l'antiguitat, els preveia de la proximitat de costes perilloses.

Un dels fars més antics, en actiu durant segles, és la Torre d'Hèrcules, a la Corunya, aixecat en el segle II (l'aspecte que té actualment és resultat d'una restauració del segle XVIII).



Torre d'Hèrcules

Un far com aquest tenia la funció d'orientar els navegants en un dels punts més perillosos per a la navegació atlàntica, i també servia de talaia de guaita, però tenia la funció, a més, de ser "símbolo del poder de Roma en un lugar apartado del Imperio [...] donde los pueblos conquistados apenas iban a tener otro elemento visible de la grandeza de Roma" (José María Luzón, *Historia del arte español*, 1997, Barcelona).

També van exercir una funció comunicativa complexa les torres dels campanars. Entorn del seu eix s'organitzava la vida dels pobles. La seva verticalitat feia visible des del camp el nucli habitat, i les campanes transmetien missatges acústics molt diversos als pobladors del casc urbà o dispersos pels camps de la rodalia.



Campanar de Taüll



Campanile de Pisa

El campanar exercia una funció molt similar a la que després tindria la ràdio: marcava les hores, despertava la gent al matí, assenyalava el migdia (moment de resar l'àngelus, amb el seu toc especial). També informava de la mort d'algú, de l'enterrament, del casament i, amb combinacions diverses de ritmes i tocs, transmetia moltes altres informacions.

Amb el temps, la funció pràctica dels campanars ha quedat enrere, però han guanyat funcions simbòliques d'identificació dels pobles. Les torres campanar de la Sagrada Família de Barcelona mai no "han exercit" com a campanar, però sí que són un símbol de la ciutat.

A partir del segle XIX, el fet d'aixecar torres o monuments elevats tindrà un valor simbòlic i exemplar de desenvolupament tecnològic, de prosperitat, d'avantguarda, de progrés. La Torre Eiffel de París és la mostra més palmària d'aquesta funció: s'aixecarà (1887-1889) amb motiu d'una exposició universal, i parla de la capacitat tecnològica de França per a construir un edifici que consisteix només en una estructura metàl·lica.

Els gratacels també són expressió d'aquesta capacitat tecnològica i econòmica, d'aquesta puixança. Als Estats Units es convertiran en un signe d'identitat, de fe en el progrés. "El rascacielos tiene que ser alto y orgulloso y elevarse lleno de júbilo hacia los cielos", va dir Louis Sullivan, un dels arquitectes d'aquell moment. "Orgullosos", "joia": actituds humanes transferides a una construcció.

La categoria d'icona del gratacel quedarà completament plasmada en el cinema en la primerenca data del 1933, quan en la pel·lícula *King Kong* el monstre s'enfila a la cúspide de l'Empire State Building (que havia estat inaugurat pel president nord-americà només dos anys abans). En les escenes finals, els biplans volant al voltant del gratacel per a fer caure King Kong s'han convertit als ulls de l'espectador d'avui en una prefiguració visual de l'esdeveniment per excel·lència de començament de segle XXI: el xoc d'avions suïcides contra les Torres Bessones. La funció simbòlica d'aquells gratacels com a icona de la capital de l'imperi i del primer món els van convertir en el blanc ideal dels enemics de la primacia dels Estats Units i d'Occident.

(Paradoxalment, la seva inexistència física no ha significat el final d'aquests edificis com a símbol, perquè persisteixen com a imatge en la memòria.)

Juntament amb la pintura, l'arquitectura i l'escultura, la paraula parlada i escrita, el teatre ha actuat des de la nit dels temps com a estratègia informativa i comunicativa.

El teatre està vinculat a la comunicació oral i serà un mitjà protagonista durant mil·lennis, fins a l'arribada dels mitjans electrònics, que permeten de diferir la comunicació, el missatge: el cinema, la ràdio i la televisió.

El teatre, que exigeix la presència física i simultània d'actor i espectador, perdrà pes popular al segle XX, però llegirà bona part de la seva tradició audiovisual als mitjans de comunicació de masses.

Així, doncs, el teatre formarà part de l'oralitat primària, mentre que els mitjans de comunicació de masses del segle XX són part de l'oralitat secundària, en terminologia de Walter Ong.



Walter Ong assenyala que l'oratoría dona la mesura de la diferència que hi ha entre l'**oralitat secundària** (l'oralitat actual, mediàtica) i l'**oralitat primària** (l'antiga oralitat, prèvia a l'hegemonia de l'escriptura impresa):



"El contraste entre la oratoria en el pasado y en el mundo actual subraya bien el contraste entre lo oral primario y lo secundario. La radio y la televisión han llevado los grandes personajes políticos como oradores a un público mayor de lo que fue posible antes de los modernos desarrollos electrónicos. De este modo, en cierto sentido, lo oral ha encontrado más que nunca su plena justificación. Pero no es lo oral de antes. La oratoria al viejo estilo proveniente de lo oral primario se ha ido para siempre. En los debates Lincoln-Douglas de 1858, los combatientes –ya que eso es lo que eran clara y verdaderamente- se enfrentaban el uno al otro, a menudo en los exteriores del abrasador sol veraniego de Illinois, ante audiencias –que reaccionaban frenéticamente con entusiasmo- hasta de 12.000 a 15.000 personas (en Ottawa y Freeport, Illinois, respectivamente; Sparks, 1908, pp. 137-138, 189-190), hablando durante una hora y media cada uno. El primero que hablaba tenía una hora; el segundo, una hora y media, y el primero, otra media hora de refutación –todo esto sin ningún equipo de amplificación. Lo oral primario se hacía sentir en el estilo aditivo, redundante, cuidadosamente equilibrado, altamente competitivo, y en la intensa interacción entre orador y audiencia. Los que tomaban parte en los debates tenían la voz ronca y estaban físicamente exhaustos al final de cada asalto.

"Hoy, los debates presidenciales de la televisión están completamente fuera de este mundo oral más antiguo. La audiencia está ausente, es invisible, inaudible. Los candidatos están cómodamente instalados en estrechas cabinas pequeñas, hacen presentaciones cortas y toman parte en secas conversaciones pequeñas unos con otros en las cuales cualquier asomo competitivo es deliberadamente apagado. Los medios de comunicación electrónicos no toleran un espectáculo de antagonismo abierto. A pesar de su cultivado aire de espontaneidad, estos medios de comunicación están totalmente dominados por un sentido cerrado, herencia de la imprenta: una muestra de hostilidad podría romper el cierre, el estricto control. Los candidatos se acomodan a la psicología de los medios de comunicación. Predomina la domesticidad refinada, culta. Hoy, solamente las personas bastante mayores pueden recordar cómo era la oratoria cuando todavía estaba en vivo contacto con sus raíces orales primarias. Otros tal vez oyen más oratoria –o al menos, más parloteo- por parte de los grandes personajes públicos de lo que oía normalmente la gente hace un siglo. Pero lo que oyen les dará muy poca idea de la vieja oratoria que se remonta a los tiempos pre-electrónicos a través de dos milenios y mucho más allá, o del estilo de vida oral y las estructuras orales de pensamiento fuera de los cuales creció tal oratoria."

Walter Ong. A: Crowley, David; Heyer, Paul (1997). *La comunicación en la historia. Tecnología, Cultura, Sociedad* (pàg. 96). Barcelona: Bosch.

El teatre enfonsa les arrels en l'oralitat, en la comunicació oral més primitiva, i no és difícil imaginar els primers homes escenificant els seus pensaments i sentiments, o imitant moviments d'animals, o de plantes al vent o, en suma, ballant. Els xamans feien servir el moviment, la dansa i la paraula com a part de la seva estratègia comunicativa i curativa, i aquesta és a la base del "teatre sagrat". Un teatre sagrat que s'escenificarà després en els temples gnòstics grecs, per a commoure l'espectador, remoure'n les emocions i conduir-lo envers l'autoconeixement.

Grècia dedica esforços constructius a edificar espais consagrats específicament al teatre, l'escenificació, la representació, la recitació, la declamació.



Teatre d'Epidaure

El teatre d'Epidaure (350-330 aC) és el més gran dels teatres grecs que es conserven. Les cinquanta-cinc grades de pedra permetien l'assistència de tretze mil persones. El teatre era, doncs, un espectacle de masses genuí de l'època. Els textos que s'hi declamaven formaven l'esperit del poble, el cohesionaven, li donaven valors, criteris, identitat cultural i social.

Els cossos dels actors encarnaven personatges que eren arquetips, que comunicaven valors, idees, missatges. Va ser al teatre grec on va néixer el terme *persona*, que era com es denominaven les màscares que els actors feien servir per a donar vida a un personatge i projectar la veu.



Màscares gregues

Les formes teatrals canviaran amb les èpoques, però durant segles serà una de les formes principals d'entreteniment i transmissió de relats i missatges entre el poble. Actors ambulants escenificaran les peces teatrals en places de pobles i, en determinades èpoques, en llocs estables, com el corral de comèdies d'Almagro o el teatre The Globe de Londres (segle XVII), on William Shakespeare va estrenar moltes de les seves obres.



Teatre d'Almagro



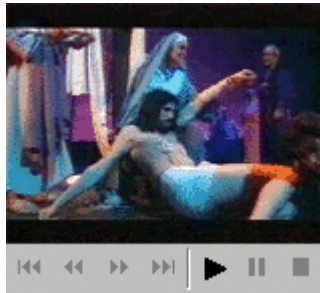
Teatre *The Globe*

Els teatres del Renaixement i del Barroc constituïran un dels espectacles populars per antonomàsia, i serà així fins al final del segle XIX, quan sorgeix la competència del cinema.

Durant l'edat mitjana, el teatre va passar a representar-se en moltes ocasions en temples i esglésies. Certes peces

eren específicament religioses (actes sacramentals), però d'altres eren del tot profanes, i fins i tot donades a excessos en alegries i efusions carnals, per la qual cosa van ser prohibides en cert moment.

De la tradició del teatre religiós van quedar manifestacions populars com els pessebres vivents (un grup d'actors representen la Sagrada Família en el moment del naixement de Jesús) o les escenificacions de la passió, mort i resurrecció de Jesucrist, les passions, que a Catalunya encara es representen cada any.



Fragment d'una representació de la *Passió d'Esparreguera*.

Les representacions més famoses de les de la passió de Jesús són la *Passió d'Esparreguera* i la d'Olesa, dues poblacions veïnes de la província de Barcelona. Des de sempre, els ciutadans assagen durant l'any els diferents papers de l'obra, que interpreten durant els dies de la Setmana Santa, i en les escenes reflecteixen la tradició evangèlica sobre la mort de Jesús i també les incorporacions fixades per la tradició popular.

Una tradició secular que ha anat adaptant les innovacions escenogràfiques, luminotècniques i derivades de les tecnologies audiovisuals.

La tradició teatral influiria, inevitablement, en els mitjans audiovisuals de comunicació de masses: la ràdio adaptaria de seguida les seves fórmules en els anomenats *radioteatres* i en *fulletons* radiofònics (*soap opera*), cosa que, al seu torn, saltaria a la televisió en forma de fulletó televisiu, serial.

La tradició teatral més pura i estricta també té el seu espai en la televisió en les emissions d'obres de teatre o les adaptacions que se'n fan als platós de televisió i al joc de càmeres.

La presència de telepredicadors (a la televisió nord-americana) o de monologuistes en televisió (*El Club de la Comèdia*, etc.), recull una antiga tradició oral i teatral. I experiències com la de *Gran Hermano*, en què un grup de persones es converteixen en intèrprets d'ells mateixos, en actors voluntaris d'una obra involuntària, no escrita –però amb un escenari perfectament delimitat i unes grades de milions d'espectadors–, és l'última manifestació d'una tradició que va arrencar en el teatre sagrat i desemboca en el psicodrama.



Activitat 9

- Rastrear els aspectes de dramaturgia clàssica i teatrals que es troben en *Gran Hermano*.

Cultura de masses: la televisió



Aficionat de futbol

Objectius

- Conèixer la gènesi dels mitjans de comunicació de masses del segle XX (cinema, ràdio, televisió).
- Entendre la relació dinàmica que hi ha entre cinema, ràdio i TV.
- Analitzar certes fites rellevants en la història dels mitjans de masses.
- Reflexionar sobre la influència dels mitjans en la societat de masses.
- Debatre sobre determinades emissions televisives de l'àmbit de l'entreteniment i la ficció.

Planificació

Mòdul 4: Cultura de masses: la televisió				
Títol apartats	Objectius	Nuclis de coneixement o subapartats	Activitats	Temps
El cinema i la ràdio	<p>Conèixer la gènesi dels mitjans de comunicació de masses del segle XX (cinema, ràdio televisió).</p> <p>Entendre la relació dinàmica que hi ha entre cinema, ràdio i TV.</p>	<p>Imatges en moviment</p> <p>El setè art</p> <p>Art i indústria</p> <p>El relat cinematogràfic</p> <p>L'aire parla</p> <p>El cinema i la ràdio es troben</p>	<p>Elaborar un cànon de pel·lícules.</p> <p>Analitzar les funcions de cinema, ràdio i televisió en les vostres pròpies vides.</p>	7 h
La televisió: el mitjà total	<p>Analitzar certes fites rellevants en la història dels mitjans de masses.</p> <p>Reflexionar sobre la influència dels mitjans en la societat de masses.</p>	<p>De Baird (1926) a la Lluna (1969)</p> <p>La televisió a Europa</p> <p>El cas espanyol</p> <p>Televisió pública o privada?</p> <p>La televisió als Estats Units</p> <p>Expansió mundial de la televisió</p> <p>Els avenços tecnològics</p> <p>Nou mitjà, noves històries?</p> <p>Els primers programes: els concursos</p>	Elaborar una llista d'imatges televisuals rellevants, fites en la història de la televisió.	8 h 30 min
La ficció: el telefilm	<p>Debatre sobre determinades emissions televisives de l'àmbit de l'entreteniment i la ficció.</p>	<p>De la sèrie B a la telesèrie</p> <p>Cinema i televisió: amor-odi</p> <p>Les telesèries, baròmetre social</p> <p>Com neix una sèrie de televisió</p> <p>La telecomèdia</p> <p>La minisèrie i el fulletó</p> <p>El culebró</p>	<p>Analitzar un culebró en emissió des d'una òptica cultural, social, televisual, etc.</p>	7 h
				Total: 22 h 30 min

Introducció

Des de sempre, l'ésser humà ha reproduït el món en la seva ment. Un món amb imatges en moviment, amb sons. La recreació cinètica i sonora del món és exigida per la capacitat simbòlica de la ment humana. Després d'haver intentat de representar el moviment de diverses maneres amb la pintura i l'escultura (i la dansa, i la representació teatral, i la fotografia) –expressions d'aquesta capacitat innata de crear realitats virtuals–, apareix el cine, la primera pròtesi de la vista –i de la memòria– humana feta amb imatges en moviment. La televisió durà aquesta pròtesi a les sales d'estar i als dormitoris de tota la humanitat. L'ésser humà ja pot veure el món i veure's a si mateix per una pantalla.

El cinema i la ràdio

Imatges en moviment

La paraula *cinematògraf* (de la qual deriva la popular apòcope *cine*) prové del grec *kínema* (*kínema*, *kinematos*: 'moviment') i *graphéin* ('gravar', 'dibuixar'): 'moviment gravat', doncs. Moviments conservats per a ser vistos, revisats, recreats a pler, etc.

Des de sempre, l'ésser humà ha reproduït el món en la seva ment. Un món amb imatges en moviment i amb sons. La ment humana ha tingut sempre aquesta facultat, en la vigília o durant els somnis. La recreació cinètica i sonora del món és exigida per la capacitat simbòlica de la ment humana, pel seu mapa genètic particular.

El cinema ha estat la materialització d'aquesta capacitat innata de crear realitats virtuals: el cinema ha estat la primera pròtesi de la vista humana –i de la memòria humana– feta amb imatges en moviment, després d'haver intentat simular el moviment de maneres diverses durant tota la història de la pintura i l'escultura.

Aquesta pròtesi triomfant –el cinema– s'ajusta tant a les facultats i inclinacions humanes que la seva expansió i l'ús quotidià durant el segle XX han arribat fins i tot a modelar el concepte de nosaltres mateixos i del món. El llenguatge quotidià ho delata: concebem el pas d'una vida humana com "una pel·lícula" (assumim el format del llargmetratge cinematogràfic com a metàfora del transcurs d'una vida humana). "La pel·lícula de la meua vida", se sol dir, en referència als avatars biogràfics d'un. O diem d'algú que "s'ha muntat la seva pel·lícula" (la seva versió dels fets), o que "té una vida de pel·lícula" (una vida sorprenent, espectacular, agitada, aventurera, tràgica, similar a la d'algun gènere cinematogràfic). O bé que algú té una casa o ha fet unes vacances "de pel·lícula" (fastuoses, luxoses, com les que s'han vist en les ficcions cinematogràfiques).



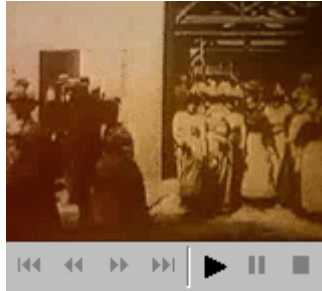
Una anàlisi detinguda de les nostres vides delataria fins a quin punt el cinema –amb les seves visions del món– ha inoculat en cadascú de nosaltres certs gustos, desitjos, fòbies, actituds relacionals. Ha conformat el nostre univers mental, ha senyorejat la nostra "iconosfera".

(Iconosfera: totes les imatges que "respirem", servides pel paisatge de l'entorn a l'abast de la vista, per les arts plàstiques –pintura, escultura, arquitectura–, per tota imatge impresa i fotogràfica, pel cinema, el vídeo, la televisió, etc.)

Aquesta tècnica d'enregistrar imatges en moviment cristal·litza al final de segle XIX, fruit d'indagacions basades principalment en la fotografia. A partir del 1874 s'amunteguen els noms de Jules Janssen, Étienne Jules Marey, Thomas Alva Edison, William Dickinson i els germans Lumière, cadascun d'ells responsable de progressos tècnics decisius que desembocaran en el que avui coneixem com a cinema, cap al 1895.

La filmació *Sortida dels obrers de la fàbrica Lyon Mont-Plaisir* (1895), rodada pels germans Lumière en la seva pròpia factoria, es considera la primera pel·lícula de la història (tenia l'objectiu de promocionar la fàbrica de productes fotogràfics dels Lumière: s'exhibia en conferències sobre la fàbrica).

La primera sessió cinematogràfica oberta al públic la van convocar els germans Lumière en un saló de París el 28 de desembre del 1895: hi van assistir trenta-cinc persones –entre les quals George Méliès, que aviat seria un dels cineastes pioners–, que pel preu d'un franc van veure deu curtmetratges: *Arribada d'un tren a l'estació de Ciotat*, *L'àpat del bebè*, *La demolició d'un mur*, *El regador regat*, etc.



Vegeu alguna imatge en moviment de les primeres pel·lícules dels germans Lumière.

Els espectadors s'espantaven quan veien anar cap a ells el tren d'*Arribada d'un tren a l'estació de Ciotat*. Quina imatge virtual produiria avui en nosaltres una impressió de realisme similar a aquesta?

Naixia el cinema. Aquelles trenta-cinc persones no s'imaginaven que la seva presència i actitud en una sala fosca, davant d'aquella pantalla lluminosa, prefigurava la presència i l'actitud que seguirien milions de persones a tot el planeta durant els cent set anys següents.



Aquesta activitat audiovisual, aquesta hipnosi, acabaria per instal·lar-se a les mateixes llars –mig segle després– amb la televisió.



El setè art

Els primers espectadors cinematogràfics no van imaginar que aquell entreteniment òptic (al qual es va afegir so el 1927: *El cantant de jazz*) acabaria per ser considerat un art. Després de la poesia, el teatre, la dansa, la música, la pintura i l'arquitectura, les sis formes clàssiques d'art, arriba un art nou: el cinema. El setè art.

Aquells primers curts cinematogràfics ja contenien la llavor d'aquest art nou: l'arribada d'un tren a l'estació, filmada des del davant, espantava els espectadors, als quals els semblava que el tren entraria a la sala; la breu història d'un home que rega, juga amb la mànega i acaba mullat provocava el riure; la filmació de la demolició d'un mur, projectada a la inversa, el reconstruïa màgicament (el primer "efecte especial").

Però quan el cinema va començar a mostrar la seva capacitat per a relatar històries amb què commoure i despertar emocions en l'espectador –com correspon a tot art– va ser amb George Méliès, que ho va aconseguir amb el seu *Viatge a la Lluna* (1902).



Viatge a la Lluna, de Georges Méliès (1902).

Només 67 anys després, les imatges d'un autèntic viatge a la Lluna es veurien en directe a les llars amb televisor. Així, doncs, Méliès va modelar en l'imaginari col·lectiu aquell moment futur?

Méliès es va associar de seguida amb Charles Pathé, per a fer del cinema un espectacle popular i un negoci rendible. Al mateix temps, els germans Laffite fundaven Film d'Art, una societat que va filmar, amb actors famosos de la Comédie Française (i així irromp el primer *star-system*), històries extretes d'obres reputades de la literatura: el 1912 es roda *Los miserables*, de Victor Hugo, i *Germinal*, d'Émile Zola. Històries que fins a aquell moment només eren accessibles a partir de la lletra impresa es converteixen ara en obres audiovisuals.



Es feia palès que el cinema oferia a l'ésser humà una nova manera de narrar històries, una modalitat més per a sumar a les preexistents.



Diu Romà Gubern en *Del bisonte a la realitat virtual* (Anagrama: Barcelona, 1999, pàgina 110):



"Una prueba evidente de la deuda adquirida por el cine hacia sistemas de representación anteriores lo ofrece su vocabulario profesional, que pidió prestada su terminología a otras artes precedentes. El *encuadre*, la *composición*, el *claroscuro*, el *escorzo* y los *valores plásticos* procedieron del vocabulario de los pintores y fotógrafos. De la literatura tomó los conceptos de *narración*, *acción paralela*, *flash-back*, *flash-forward* y *metáfora*. De la terminología y de las prácticas teatrales adoptó la *puesta en escena*, el *decorado*, la *iluminación* y la *interpretación de los actores*. De la música provino el concepto de *ritmo*. Y los cineastas soviéticos adoptaron de la ingeniería el concepto crucial de *montaje*."

Una manera de narrar, a més, capaç d'integrar les anteriors: de l'art pictòric, en el cinema es faran servir decorats pintats, enquadraments i perspectives provades durant segles, i també convencions cromàtiques (amb el cinema en color, des de mitjan anys cinquanta); el cinema prendrà del teatre la idea d'escenari i escena, l'entrada d'actors, les tècniques d'interpretació; de la literatura, moltes històries i les figures i els recursos narratius (presentació de personatges, nus i desenllaç del conflicte); de la música, la força per a evocar i crear estats d'ànim); de la dansa... (la dansa i la música, de fet, modelen en el cinema un gènere cinematogràfic específic: el musical).

Una successió d'"artistes" del nou art (Dreyer, Griffith, Chaplin, Eisenstein, Murnau, Lang, Welles, Ford, etc.) van anar aportant estils i claus expressives, creant gèneres, ordint formes cada vegada més complexes d'explicar les històries. Així van donar consistència, substància, contingut i riquesa a aquest nou art de la narració i l'expressió.

Un segle d'obres cinematogràfiques ha anat quallant per a aquest nou art, el cinema, la seva pròpia tradició: els seus clàssics, és a dir, les obres de referència sobre les quals al seu torn creen, juguen i treballen els nous artistes del cinema, els cineastes successius.

Les aportacions innovadores de cada pel·lícula influeixen en les següents, condicionen escoles, modes, gèneres o estils, i el llenguatge cinematogràfic adopta successivament nous sentits, en una evolució contínua, fet que és propi d'un art viu.



Activitat 1

Quin és el cànon occidental del cinema? L'any 1958, un jurat internacional de crítics reunit a Brussel·les va dictaminar que els títols que apareixen a continuació integren les dotze pel·lícules més rellevants de la història del cinema:

1. *Intolerància* (D.W. Griffith, 1926)
2. *El gabinet del doctor Caligari* (R. Wiene, 1919)
3. *Avarícia* (Erich von Stroheim, 1925)
4. *El cuirassat Potemkin* (S.M. Eisenstein, 1925)
5. *La quimera de l'or* (Chaplin, 1925)
6. *L'últim* (F.W. Murnau, 1925)
7. *La mare* (Pudovkin, 1926)
8. *La passió de Joana d'Arc* (Dreyer, 1928)
9. *La terra* (Dovzenko, 1930)
10. *La gran il·lusió* (Jean Renoir, 1937)
11. *Ciudadà Kane* (Orson Welles, 1941)
12. *Lladre de bicicletes* (Vittorio de Sica, 1948)

Aquest és un cànon des de la perspectiva del 1958. Quin cànon es podria elaborar avui? Diversos autors i crítics han establert els seus, tenint en compte l'empremta de les aportacions de determinades pel·lícules.

- Elaboreu el vostre cànon cinematogràfic particular i argumenteu la selecció de les obres (cosa que implicarà una reflexió sobre l'evolució artística del cinema durant el segle XX).

Art i indústria

Amb el cinema es faria un pas de gegant envers la universalització –mundialització, globalització– de la cultura: la mateixa obra (la pel·lícula) podia ser vista per milers de persones en llocs diferents, sincrònicament (en el mateix instant).

Un fenomen que va començar amb la impremta (la difusió d'un mateix text a molts lectors, gràcies a les còpies impreses) i que perfeccionarà el cinema: si un text imprès se sol llegir individualment (per una persona cada vegada), o per col·lectius reduïts (una lectura en veu alta en un refectori, una plaça pública o un teatre), el "text" cinematogràfic es podrà "llegir" col·lectivament en molts llocs diferents en l'espai. Comença la cultura de masses i es forma una cultura audiovisual global:



aviat les mateixes pel·lícules es veuran a les dues bandes de l'Atlàntic, cosa que afavorirà una globalització de la cultura.



Així, doncs, de seguida es tractarà d'un art a gran escala, d'unes obres per a delectar milers, milions de persones. Un art de masses que rendirà ingressos elevats, cosa que al seu torn permetrà poderoses inversions en altres pel·lícules.

I no hi haurà tornada enrere: un públic que s'acostuma a produccions cares cada vegada voldrà més, fet que exigirà mantenir l'engranatge a ple funcionament perquè es pugui retroalimentar. És la indústria.

El cinema és un art car –és el que més depèn de la complexitat tecnològica– i exigeix un procés industrial de producció. Així, el poder econòmic dona el domini del cinema.



El domini del cinema és el domini d'una arma decisiva de penetració cultural en el món.



D'això se'n fan conscients els Estats Units durant els anys quaranta (amb motiu de la guerra contra el Japó i l'Alemanya nazi i, després, amb la guerra freda):



el cinema es farà servir com una arma ideològica eficaç, propagadora d'una manera de veure el món.



Quan es diu que Hollywood (on es concentren els estudis cinematogràfics més grans) és Dreamland ('terra de somnis') i es parla d'aquests estudis com de "fàbriques de somnis", no s'exagera: aquests somnis, aquests relats, aquests contes, aquestes històries, influiran o modelaran els patrons estètics (maneres de vestir-se, pentinar-se, maquillar-se, beure, fumar), de conducta (maneres de caminar, moure's, reaccionar, fer petons, barallar-se, parlar) o de pensament de milions i milions de persones a tot el món.



El cinema és un mirall de la societat, o la societat és un mirall el cinema? El primer enunciat és irrefutable: inconscientment i tot, l'obra cinematogràfica recollirà pulsions, traumes, interessos, preocupacions de la societat de l'època; però l'influx ulterior sobre milions de persones inclina la balança cap al seu paper com a mostrari de patrons que modelen la realitat social. Un exemple: "Los 'blue-jeans', tras su lucimiento emblemático en las piernas de James Dean en los años 50, se han convertido en una prenda que expresa la independencia y el inconformismo de su portador" (R. Gubern, *Del bisonte a la realidad virtual*).

El relat cinematogràfic

Les pel·lícules dels primers anys de la història del cinema, les del cinema mut, se'ns fan avui lentes i moroses. Això vol dir que l'evolució del relat cinematogràfic (en les formes i els fons) ha estat en un segle més accelerada que la que ha experimentat el relat literari en els últims quatre-cents anys (des d'*El Quixot* fins avui).

El relat cinematogràfic –des de la mera fantasia fins a la comicitat, des del drama fins al documental– narrarà tot gènere d'històries, i sempre al ritme de les modes de cada moment: reflectint-les algunes vegades, marcant-les sempre.

En aquest sentit, **el relat cinematogràfic no es pot desvincular dels altres tipus de relat, en particular del literari** (i també del fotogràfic i el pictòric). Des del començament del cinema, els relats literaris van ser font d'inspiració per a personatges i relats cinematogràfics (Victor Hugo, Zola) i, al seu torn, el llenguatge cinematogràfic influirà en el literari. La novel·la clàssica del segle XIX experimentarà canvis notables des del moment en què les masses s'acostumen al llenguatge cinematogràfic. Així, l'estil d'escriptors com Hemingway, John Dos Passos, Faulkner i Dashiell Hammet s'explica arran de la influència de l'estètica i els ritmes narratius del cinema.

El cubisme del principi de segle (Picasso, Gris, Braque) també es podria interpretar com l'aplicació en una tela dels recursos del cinema: si el cinema permet de captar un rostre de cara i de perfil al mateix temps amb una superposició de plans, els quadres dels cubistes ho fan sobre una tela pintada, com ja ho havien intentat els pintors rupestres de la prehistòria (que van pintar caps d'animals de cara i de perfil o en postures diverses alhora).

El relat cinematogràfic donarà la mesura de les seves possibilitats amb el nord-americà D.W. Griffith, amb pel·lícules com *El naixement d'una nació* (1914) i *Intolerància* (1916), entre les fundacionals de l'art cinematogràfic. En *El naixement d'una nació* Griffith va rodar mil cinc-cents quaranta-quatre plans (aleshores l'habitual era un centenar), i els va muntar de tal manera que hi va aportar una enorme intensitat narrativa.



Vegeu aquest fragment d'*El naixement d'una nació*.



El naixement d'una nació, de D.W.Griffith (1914).

Una de les seqüències més complexes d'*El naixement d'una nació* és la de l'assassinat de Lincoln, amb 55 plans, que instaura una manera de mantenir el suspens que dècades després continuaran fent servir Hitchcock (*L'home que sabia massa*) i Coppola (*El padrí III*).

Aquesta pel·lícula és, a més, un bon exemple de la influència del relat cinematogràfic en la cultura de masses: modela una visió de la pàtria americana i enalteix amb una narració fogosa (tres accions paral·leles, amb preses cada vegada més curtes i amb més acció física) la fundació del Ku Klux Klan. Resultat: disturbis racials (hi va haver morts) i el renovat impuls i expansió d'aquesta organització, que va fer servir el film de Griffith per a fer proselitisme (el Ku Klux Klan va arribar a tenir cinc milions de membres en els anys quaranta).

En la seva pel·lícula següent, *Intolerància* (1916), Griffith va introduir el relat altern: entrelaçava accions que succeïen simultàniament en llocs diferents, amb altres que tenien lloc separades per centenars d'anys (a Babilònia, a la França medieval i en una vaga als Estats Units), escenes de violència sangonosa i intolerància que s'enfilaven en un *crescendo* fins a confluïr en "un sol i únic torrent d'emoció violenta" (objectiu confessat per Griffith: que l'espectador abomini la violència).

Aquesta manera de relatar l'adoptaran de seguida els cineastes soviètics per a infondre emocions a favor de la revolució proletària: és el que farà Serguei Eisenstein en el muntatge d'*El cuirassat Potemkin* (1925).



Veure *El cuirassat Potemkin* d'Eisenstein dóna idea de la surgència dels recursos cinematogràfics que hi ha en el genoma del cinema.



El cuirassat Potemkin, de Serguei Eisenstein (1925).

Eisenstein va dir de Griffith, de qui era coetani: "És el Déu pare, ho ha creat tot, ho ha inventat tot. No hi ha cap cineasta al món que no li degui alguna cosa. El millor del cinema soviètic ha sortit d'*Intolerància*. Pel que fa a mi, li ho dec tot" (Griffith i Eisenstein van morir el 1948, curiosament l'any de l'eclosió i l'expansió de la televisió als Estats Units).

Amb *El cuirassat Potemkin* i, en particular, amb la seqüència de la càrrega dels soldats contra la multitud a les escales d'Odessa, Eisenstein, amb el seu muntatge rítmic, va esculpir una al·legoria perfecta de l'èpica popular, un monument del martirologi revolucionari que va inflamar i va commoure l'ànima de milions d'espectadors de mitjan segle XX.

Els relats cinematogràfics influïran en la societat i reflectiran els moviments socials i els estats d'ànim col·lectius de cada moment, incloent-hi els corrents estètics. N'hi ha prou de veure *El gabinet del doctor Caligari* (1920) o les obres de Murnau o Lang –cinema expressionista– per a entroncar-les amb aquest mateix moviment estètic en pintura o en literatura (o amb els nous corrents arquitectònics, expressats en els decorats): per primera vegada el cinema explora la subjectivitat, ofereix una visió del món distorsionada per un individu.



Vegeu fragment d'*El gabinet del doctor Caligari*.



El gabinet del doctor Caligari, de Robert Wiene (1920).

Ofereix una versió "emocional" de l'entorn, molt ben expressada en els decorats. No és gaire diferent del que fa James Joyce en el seu *Ulisses* –1922–, en què el protagonista, Leopold Bloom, és com una càmera a través de la lent de la qual el lector veu el món. El món al voltant de Bloom durant un dia, mitjançant les seves imatges mentals.

El surrealisme no s'expressarà solament en literatura o en pintura, sinó també en cinema: *Un gos andalús* (1929), de Buñuel i Dalí, va commocionar l'espectador amb la imatge inicial d'un ull escarificat per una navalla d'afaitar (al·legoria que hi ha una manera nova de mirar més enllà –o més cap aquí– de la de l'ull). Aquella imatge exemplifica com poques la capacitat de la imatge cinematogràfica per a commocionar, agitar i regirar ànims i consciències.

Aquesta imatge és de les que persisteixen en la memòria (aquesta persistència és l'atribut de l'art veritable, segons va dir Dalí en una ocasió), i per això és una de les imatges centrals del segle XX.



Vegeu el fragment de l'ull escarificat d'*Un gos andalús* (apel·latiu al·lusiu a Federico García Lorca, poeta amb qui Buñuel i Dalí mantenien distanciament en aquells moments). Reflexió: quina imatge actual pot provocar en el telespectador un neguit similar a aquesta imatge de fa més de setanta anys?



Un gos andalús, de Luis Buñuel (1929).

El surrealisme trencava amb les convencions narratives, enaltia l'associació d'imatges lliure, obria –en fi– un espai de llibertat expressiva.

Amb *Ciudadà Kane* (1941), Orson Welles renovaria la capacitat narrativa del cinema ("tot el que compta en el cinema des del 1940 ha estat influït per *Ciudadà Kane*", escriuria François Truffaut trenta anys després). És, doncs, una altra de les pel·lícules que deixen l'empremta en la història de la cultura: és el retrat biogràfic d'un magnat nord-americà (transsumpte de W.R. Hearst, el gran magnat de la premsa nord-americana), i Welles hi retrata no solament l'esperit de la seva nació, sinó també l'ànima del capitalisme occidental.



Vegeu el fragment de *Ciudadà Kane* (en aquest fragment, Kane força el periodista a escriure una crònica falsejant la realitat).



Ciudadà Kane, d'Orson Welles (1941).

Veure i analitzar *Ciudadà Kane* és tan il·luminador per a la tradició del relat cinematogràfic com ho pot ser *Las Meninas* per al pictòric. Velázquez, amb la composició d'aquell quadre, fa intervenir activament l'espectador de la tela, l'introdueix com un personatge més en l'escena; Orson Welles també obliga l'espectador a participar activament en la pel·lícula, en la construcció de la figura de Kane.

És, a més, una reflexió sobre la substància del periodisme, sobre aquest pacte pel qual els ciutadans acceptem que els mitjans de comunicació ens "construeixin" la realitat en què vivim.



***Ciudadà Kane* és una "narració adulta", no lineal: aporta informacions fragmentàries a l'espectador perquè elabori la seva visió del personatge protagonista.**



I també és la primera pel·lícula amb so modern (profunditat de camp sonora), aspecte que Orson Welles va mimar amb mà destra, atesa la seva fecunda experiència prèvia en teatre radiofònic.



La història del cinema fita la història del segle XX, i les correspondències entre els relats cinematogràfics i la realitat social i cultural són constants: el *western* (l'èpica americana), les pel·lícules de gàngsters (els baixos fons del capitalisme), les de ciència-ficció (la cursa espacial EUA-URSS), les bèl·liques (propaganda antinazi), les d'espies (guerra freda i propaganda antisoviètica), les comèdies edulcorades (la *pax* americana), el neorealisme (la postguerra europea), etc.



El relat cinematogràfic protagonitza durant el segle XX l'imaginari col·lectiu de la societat de masses, en els arguments, estils, ritmes, enfocaments, etc.

L'aire parla

Abans que Orson Welles fes de la ràdio un mitjà per a la creació artística (amb el seu Mercury Theatre, en els anys trenta), s'ha de dir que va ser el 1903 quan el físic i inventor italià Guglielmo Marconi va aconseguir per primera vegada una transmissió de telegrafia sense fils de costa a costa de l'Atlàntic. S'establien les bases de la radiofonia, que es consolidaria com a mitjà de comunicació de masses durant els anys vint.



El cinema ja era un mitjà de comunicació de masses i la ràdio en va seguir els passos amb celeritat.



La primera experiència d'emissió privada de radiofonia es va fer el 1919 als Països Baixos, i el 1920 a la Gran

Bretanya, organitzades pel diari *Daily Mail*, i per Paul Gilson a Pittsburgh.

La ràdio sorgia com a pròtesi de la comunicació oral, de la comunicació humana més primitiva des del llenguatge articulat. La ràdio serà la pròtesi per excel·lència de la veu humana: ara la veu d'una persona es podrà sentir –en temps real– a milers de quilòmetres de distància.

Durant mil·lennis, l'ésser humà va transmetre relats oralment de boca a orella (narracions que contenien codis de conducta, lleis, retaulas de costums, exemples, paràboles morals). Ara ho podrà fer de "boca a milions d'orelles, a distància": l'aire parla, l'aire transportarà la veu humana.

La lectura en veu alta als monestirs medievals (costum quotidià al refectori, és a dir, al menjador del monestir, mentre els monjos menjaven sense parlar), els anuncis en una plaça pública dels pregoners dels pobles, les declamacions de rapsodes, poetes i actors sobre els escenaris, el sermó del sacerdot al púlpit, són antecedents comunicatius orals que la ràdio acollirà i convertirà en comunicació de masses.

A mitjan anys trenta, les emissions radiofòniques ja cobrien tot Europa i bona part del continent americà. En què consistien les primeres emissions radiofòniques? En primer lloc van ser lectures de diaris, espais informatius i també literaris, complementats aviat per emissions musicals, jocs i concursos.



Escolteu aquests fragments radiofònics dels anys vint.

Ràdio Barcelona - Cadena Ser, amb motiu del seu 75è aniversari, va editar un llibre, *En el aire* (1999), amb les fites de la història radiofònica espanyola des del final dels anys vint, i alguns documents sonors incorporats (amb CD), amb parlaments radiats d'Alfons XIII, Macià, Azaña, José Antonio Primo de Rivera, etc., i informatius radiats dels anys trenta.



Aviat la ràdio explotarà el seu poder per a evocar imatges en la ment humana.



Els efectes sonors, les inflexions vocals, els tons i els timbres de veu crearan atmosferes emocionals i ritmes narratius que s'explotaran en els fulletons radiofònics (una estructura narrativa calcada dels fulletons periodístics, literaris i, abans, dels romanços de cordill o de cec), el radioteatre (el mil·lenari teatre troba en la ràdio un nou nínxol), i la radionovel·la (la tradició novel·lística també tributarà part de les seves aigües a la ràdio), en antena a partir del 1922.

Als Estats Units aquests fulletons radiofònics (sobretot de caràcter romàntic i melodramàtic) rebran el qualificatiu de *soap opera*, que literalment significa 'obra del sabó' (*soap*: 'sabó'; *opera*: 'obra'). Aquest nom es deu al fet que les marques de detergents eren les que, majoritàriament, inserien les falques publicitàries en aquestes emissions i les sufragaven. El terme *soap opera* ja ha quedat fixat no solament per a assenyalar aquests fulletons radiofònics, sinó la narració fulletonesca en general, també la televisiva (hi va haver, per cert, una sèrie de televisió, una comèdia d'emboïc que parodiava les trames fulletonesques, que es va titular precisament *Soap*, i que a Espanya va ser traduïda com *Enredo*).

Va ser Orson Welles qui va donar dimensió artística a la ràdio amb les composicions del seu Mercury Theatre, grup de teatre amb el qual va orquestrar obres per a ser radiades. La més cèlebre va ser *La guerra dels mons*, el 1938 (una versió radiofònica de l'obra homònima d'H.G. Wells, considerada un dels relats fundacionals de la ciència-ficció). Aquesta emissió va crear una commoció nacional: va fer servir els codis dels informatius radiofònics convencionals per a narrar l'aterratge d'una nau extraterrestre en un indret dels Estats Units, presumptes invasors extraterrestres de la nació americana i del planeta Terra.



La fidelitat al codi informatiu radiofònic d'aquesta ficció va ser tal que milers de radiooïdors van pensar que es tractava d'una notícia verídica, i no d'una ficció radiofònica. El pànic de masses es va estendre.



La guerra dels mons potser serà la primera gran manifestació de la cultura de masses: un mitjà de comunicació promovia d'una manera directa un espasme social i massiu.



No hi ha res millor que escoltar *La guerra dels mons* per a fer-se una idea dels recursos narratius i sonors que Welles va fer servir.

A més, la ràdio es convertiria en el propagador més eficaç de la música: el cavall sobre el qual han cavalcat les modes musicals del segle XX. La ràdio no solament va difondre universalment els moviments de la música clàssica i de l'òpera –que dels cercles elitistes van passar a ser referents musicals de la humanitat (Bach, Mozart, Beethoven, Verdi, Wagner)–, sinó que va expandir els ritmes populars (jazz) i ballables (*rock and roll*, *pop*, etc.) per tot el planeta. Ja és part de la història de la música del segle XX l'episodi en què un discjòquei radiofònic va donar l'oportunitat en el seu programa de ràdio que sonés la veu d'un noi anomenat Elvis Presley, al començament dels anys cinquanta.

Avui en dia, la indústria discogràfica i el fenomen dels ídols musicals de masses no s'entendrien sense el concurs actiu de la ràdio com a altaveu (i, en particular, des de l'impacte d'*Operación Triunfo*, també de la televisió).

La ràdio també s'ha fet servir durant el segle XX com a arma de guerra, com a punta de llança ideològica i mitjà de propaganda. Ho va fer a Espanya Queipo de Llano per a inflamar l'aixecament contra la República (Ràdio Sevilla, 1936), ho van fer Goebbels i Hitler a l'Alemanya prenazi i nazi (anys trenta). Durant la guerra freda, la ràdio va disputar una guerra de les ones, propagandística (Ràdio Amèrica, les emissions dels països de l'Est, de Ràdio Tirana, etc.).

A Espanya, la ràdio ha estat un actor polític decisiu: durant el franquisme, propagant els principis del règim; després, durant la democràcia, destaca l'anomenada "nit dels transistors" (el 23 de febrer del 1981), quan un intent de cop d'Estat va segrestar el poder legislatiu i executiu a les Corts, i la ràdio en va mantenir informat el poble espanyol durant tota la nit. En els anys noranta, la ràdio reprèn el protagonisme polític a les anomenades guerres de les tertúlies: la crítica al govern (socialista) tenia el focus més actiu en les tertúlies radiofòniques. No debades s'ha dit que va ser la premsa –algunes ràdios i diaris– qui va erosionar i "va tombar" el govern socialista.



De la ràdio, per la seva capacitat evocadora de sensacions, emocions i imatges, s'ha dit (MacLuhan) que és un mitjà "calent", en contraposició amb la televisió.

El cinema i la ràdio es troben

La irrupció del cinema sonor el 1927 (amb la pel·lícula *El cantant de jazz*) il·lustra simbòlicament i materialment la convergència dels dos mitjans de masses d'aquell moment: el cinema (fins aleshores mut) i la ràdio.



La trobada d'un mitjà visual (cinema) i d'un altre de sonor (ràdio): d'aquesta amalgama neix veritablement el fenomen plenament audiovisual tal com l'entendem avui en la nostra cultura (i que culminarà amb la irrupció de la televisió).



Amb una mirada retrospectiva a les arrels de la cultura, diríem que les mil·lenàries tradicions narratives de l'oralitat (i el teatre) i de la iconografia s'amalgamaven en el cinema sonor.



Romà Gubern diu en *Del bisonte a la realidad virtual* (Barcelona: Anagrama, pàgina 116):



"La irrupción del cine sonoro en 1927 convirtió a un medio visual en una amalgama audiovisual, con componentes lingüísticos, musicales y ruidosos. La emergencia del nuevo medio estuvo espoleada por el ascenso competitivo de la industria radiofónica y nació además asociado a sus intereses económicos y a su tecnología (micrófonos, válvulas termoiónicas, altavoces). Es interesante recordar las analogías entre los géneros del radioteatro y de la radionovela (que aparecen hacia 1922) con las bandas sonoras de las películas posteriores. Su estructura expresiva es idéntica y se basan en los mismos integrantes (palabra, música y ruidos). Tanto estos géneros radiofónicos como las bandas sonoras del cine han incorporado –a diferencia del teatro- la voz del narrador en tercera o primera persona; utilizan música de fondo; se sirven de la discontinuidad espacio-temporal que hace posible el montaje, y sus efectos de espacialidad y de profundidad acústica permiten proponer desde primeros planos sonoros (el susurro, el suspiro o el gemido, que tampoco existen en el teatro) hasta planos generales acústicos, en una discriminación escalar que le está vedada a la escena. De ahí la intensa ósmosis mediática que se produjo entre la radio y el cine y que tuvo su más brillante ejemplo en la figura de Orson Welles."

De fet, les pràctiques narratives i expressives de la ràdio seran adoptades gairebé automàticament per les bandes sonores cinematogràfiques.

La incorporació del so al cinema també el va fer més competitiu i atractiu davant un mitjà de comunicació de masses, la ràdio, que no havia deixat de guanyar adeptes des del començament dels anys vint, i que n'amenaçava directament la rendibilitat.



	Nombre d'espectadors que acudien a sales de cinema	Llars en què hi havia aparell de ràdio
Any 1930:	110 milions	40%
Any 1933:	60 milions (gairebé un 50% menys)	60%

La ràdio s'anava menjant espectadors cinematogràfics. El cinema va reaccionar amb la creació del doble programa (projecció de dues pel·lícules pel preu d'una): el 1936, el 85% de les sales cinematogràfiques dels EUA ja l'havien adoptat.

El 1938 Welles emetia per ràdio la seva impactant *La guerra dels mons*. Tenia vint-i-cinc anys i l'any següent la indústria del cinema (concretament l'RKO) fitxava el jove talent amb un contracte sense precedents, per a rodar sis pel·lícules. La competència de la ràdio, doncs, va ser estimulante per al cinema.

"Els films d'Orson Welles constitueixen meravelloses emissions de ràdio", va escriure el 1982 el cineasta francès François Truffaut.

En una progressió gairebé geomètrica, les famílies nord-americanes introduïen en les seves llars un receptor de ràdio, i s'amuntegaven al voltant per a escoltar notícies, música, radionovelles, concursos, etc. La ràdio oferia diversió per un preu mínim, una vegada adquirit l'aparell (als Estats Units mai no s'han cobrat impostos per tinença d'aparells de ràdio o televisió). Tota una amenaça per a l'assistència a les sales de cinema.

La ràdio va continuar fent el seu camí. La progressiva miniaturització dels receptors li va donar una mobilitat enorme (també als automòbils), i aquesta és la seva base actual davant els altres mitjans de comunicació de masses. Sobretot respecte a la televisió: el fet que sigui més ràpida i que tingui menys costos permeten a la ràdio d'informar amb més celeritat d'esdeveniments imprevistos.

És lleugera, ubiqua i un "mitjà càlid": té més capacitat que la televisió per a generar imatges mentals en l'espectador.



Quantes hores de les nostres vides han tingut present la ràdio? Segurament, més de les que ens pensem. Potser més que davant la televisió?

Cinema, ràdio i televisió aniran trenant les seves funcions, les seves aportacions, cada nou mitjà encaixarà en la societat de masses, hi trobarà un lloc propi. Aquí escau la frase següent, pronunciada el 1958 per Orson Welles, l'artista que va saltar de la ràdio al cinema: "La televisió és el mitjà d'expressió ideal del narrador. De fet, la televisió és la ràdio il·lustrada".



Activitat 2

- Quines funcions han anat cobrint cinema, ràdio i televisió com a mitjans de comunicació en la societat de masses? Analitzeu la vostra pròpia relació amb cadascun d'aquests mitjans, enumereu les funcions que exerceixen en les vostres vides i fins a quin punt s'encavallen, s'exclouen, redunden, es complementen.
-

La televisió: el mitjà total

De Baird (1926) a la Lluna (1969)

El 27 de gener del 1926, en unes humils golfes de Londres, tenia lloc la primera emissió de televisió de la història. Un invent portentós, que influirà decisivament en la història del món. Només quaranta-tres anys després d'aquella primera emissió, la televisió permetrà a la humanitat sencera de veure –simultàniament i en temps real– un ésser humà saltant sobre la superfície de la Lluna (agost del 1969).

Per primera vegada, la Terra és vista des de fora pels seus habitants, com una única nau en què està embarcada la humanitat sencera.



Tot i que només fos per aquesta visió, la televisió contribuïa més a modelar una consciència universal en l'espècie humana que totes les teories filosòfiques.



Vegeu les imatges de l'arribada de l'home a la Lluna.



Font: NASA.

Joan Oró, astrobiòleg català que formava part de l'equip de la missió Apol·lo que va portar l'home a la Lluna, va declarar: "Per primera vegada els ulls humans veien la Terra des de fora, sencera, i no es veien les fronteres que hi ha als mapes".

El naixement de la televisió, com va succeir abans amb el cinema, és resultat d'esforços paral·lels i convergents d'enginyers i tècnics en diferents disciplines. La primera vegada que es va fer servir la paraula *televisió* va ser el 1914: en una conferència, l'enginyer electrònic Archibald Low preconitzava la idea d'una màquina capaç de transmetre a distància imatges en moviment. Per això parla de *tele* (del grec *tele*: 'lluny', 'a distància') i *vision*: és a dir, 'visió a distància'.



La televisió, en efecte, és una pròtesi formidable de la vista humana.



La televisió permetrà a l'home de veure el que mai no aconseguiria veure amb l'ull nu: des d'esdeveniments llunyans en el temps i l'espai, fins a aspectes microscòpics de la vida, dins el seu propi cos i tot.

Abans ja s'havia especulat amb la possibilitat de la televisió (basant-se en les propietats fotoelèctriques del seleni i altres troballes científiques i avenços tecnològics), i els enginyers i inventors que treballaven amb aquest objectiu eren

diversos (Nipkow, Zworykin, Baird, etc.) en llocs diferents, per separat. **John Logie Baird** és qui ha passat als llibres d'història com el pare de la televisió.



John Logie Baird

Vet aquí l'aspecte de John L. Baird i del seu primer televisor experimental, i també d'alguns dels primers televisors de la marca Baird que es van comercialitzar.

(No es conserven imatges emeses pels primers televisors de Baird, tot i que en els anys noranta s'ha reconstruït, amb algun d'aquests televisors, l'aspecte que tenien les imatges televisives vistes a través d'un receptor com els de Baird.)

Un conte de Luciano de Samosata (segle II dC) ja parla de la possibilitat de construir un enginy que permeti de veure a distància imatges en moviment. Aquest somieig humà va ser materialitzat en el segle XX per un jove enginyer escocès anomenat John L. Baird: s'hi va posar a treballar el 1924, amb molt pocs recursos, tancat en unes golfes de dues habitacions del Soho londinenc.

Baird adquiria diversos elements en una botiga de fotografia del barri (sovint li fiaven), i també tota mena d'andròmines, des de dinamos i làmpades de bicicleta fins a estris de cuina. Amb tot això, va fabricar una càmera de televisió i un receptor (el primer televisor de la història).

El 2 d'octubre del 1925 Baird aconsegueix retransmetre el rostre del mosso dels encàrrecs de la botiga de fotografia, William Tayton. Així, Baird es converteix en el primer telespectador de la història, i Tayton, en la primera estrella de la tele.

El 27 de gener del 1926 és la data del baptisme de foc de la televisió: aquell dia, Baird ha citat a les seves golfes quaranta il·lustres membres de la Reial Acadèmia de Ciències, els quals, apinyats, es disposen a veure la primera demostració pública d'una emissió televisiva, preparada i comentada per Baird. L'emissió funciona. En una rudimentària pantalla de vint-i-vuit línies de definició es podrà veure, borrosa però inconfusible, la imatge del rostre de William Tayton, captat per la càmera col·locada a l'habitació del costat, i emesa fins a la pantalla de l'aparell receptor. Ha nascut la televisió.



Aquest acte fundacional de la història de la televisió té la seva anècdota: en un primer moment, Baird es desesperava perquè a la pantalla no hi apareixia cap imatge, i els escèptics membres de la Reial Acadèmia de Ciències s'impacientaven. Mirant de descobrir la causa del momentani fracàs, Baird va entrar a l'habitació contigua, on hi havia la càmera i el jove Tayton... però el jove Tayton havia desaparegut. Es va espantar en quedar-se sol davant la càmera (va témer que aquell objectiu que l'apuntava li pogués fer mal), es va aixecar de la cadira en què s'havia d'estar assegut i quiet, i va fugir de les golfes escales avall. Baird el va atrapar i el va convèncer que tornés al seu lloc. I l'emissió va ser un èxit.

El temor de Tayton va ser premonitori: malgrat que l'emissió de Baird va funcionar, els diaris de l'endemà amb prou feines li van concedir unes línies breus en pàgines interiors: el van tractar amb escepticisme, com si es tractés d'un experiment pintoresc, i amb la desconfiança característica envers tota tecnologia nova: es deia que la pantalla del televisor potser podria espionar l'interior de les llars britàniques.

Aquells quaranta honorables científics presents a les golfes de Baird eren la prefiguració dels milers de milions de persones que cada dia mirarien una pantalla similar en els anys futurs. En aquell moment ningú no ho va saber valorar, però es trobaven davant l'invent socialment més influent que es coneix fins ara, davant el mitjà de relatar històries que era un compendi de tots els històricament precedents, i que convertiria el món en un sol llogaret: el dels televidents.

La televisió a Europa

La televisió s'expandeix gairebé simultàniament per Europa i els Estats Units, a partir dels anys trenta. Amb una diferència capital: mentre que a Europa els estats (el poder públic) són els qui prenen les regnes de la seva implantació i expansió, als Estats Units ho fan les empreses privades (principalment de ràdio i telecomunicacions). Per això es diu que Europa encarna el "model públic" de gestió de la televisió, mentre que els Estats Units representen el "model privat".

A Europa, la Gran Bretanya va ser el primer país a apostar per la televisió, uns anys després de la primera emissió experimental de Baird. La BBC (British Broadcasting Corporation), prestigiós servei públic de ràdio britànic, cedeix els estudis a Baird per a donar-li suport en el desenvolupament del nou mitjà de comunicació: la televisió. I el 1931 es fa la primera transmissió en directe de la història de la televisió: la cursa de cavalls del derbi d'Epsom. El 1934 la BBC inaugura oficialment el seu servei de televisió: la BBC TV. Neix la primera televisió pública europea, que amb els anys guanyarà el prestigi de ser la millor televisió d'Europa, i un model –en organització, funcionament, independència política i continguts– per a les altres televisions europees.

El 1938 la coronació de rei Jordi (pare de la reina, Isabel II) s'aprofita per a donar un impuls a la televisió a la Gran Bretanya: es va televisar en directe, i milers de londinencs (llavors Londres era l'àrea de cobertura) es van llançar a la compra d'un receptor per a presenciar l'espectacle. Serà el primer acte, i no l'últim, d'un maridatge fecund entre monarquia i televisió.

Així, el 1939 la BBC emetia per a uns vint mil receptors de televisió a l'àrea de Londres. Quan esclata la Guerra Mundial (setembre del 1939), la BBC és la televisió amb més experiència d'Europa, però haurà d'interrompre les seves emissions a causa del conflicte.

A França, un jove enginyer anomenat René Berthelemy serà el "Baird francès". Berthelemy treballava en una empresa de telecomunicacions i, assabentat dels experiments de Baird a la Gran Bretanya, va demanar permís al seu cap (Monsieur Chamand) per a invertir mitjans en el desenvolupament de la televisió. Al principi, Chamand s'hi va negar, però la seva gran afició al futbol el va induir, finalment, a desenvolupar la televisió a França, per a poder presenciar des de París els partits de la lliga anglesa de futbol. El 1932 es van fer les primeres emissions experimentals. El 1935 es va fundar Paris TV, que emetria des del capdamunt de la Torre Eiffel.



Futbol i televisió

Monsieur Chamand, després de negar-se a donar suport a la primera petició de Berthelemy de desenvolupar la televisió, va creuar el canal de la Mànega per assistir a un partit molt important de la lliga anglesa de futbol. En arribar a l'estadi, plovia. I, a més, la localitat que li van vendre tenia molt mala visibilitat. Monsieur Chamand va tornar a París molt irritat i decidit que, en el futur, veuria el futbol sense moure's de casa. I va donar carta blanca a Berthelemy perquè desenvolupés el nou mitjà.

L'esport sempre ha tingut un paper principal en l'expansió mundial de la televisió. Amb la televisió, l'esport es converteix en espectacle de masses però, alhora, la passió massiva per certs esports espectacle (a Europa, el futbol) n'esperonarà l'expansió.

Així, la primera transmissió en directe feta per la televisió va ser una cursa de cavalls (derbi d'Epsom), passió nacional britànica. El futbol també va ser a França, com s'ha vist, el detonador de la televisió. El Mundial de futbol del 1958 va significar a Europa una consagració televisiva per a l'expansió de la televisió: es van vendre milers de receptors.

(En el Mundial que es va fer a Espanya el 1982 es va aprofitar per a inaugurar els serveis tècnics de Torresspaña –"el Pirulí"– i portar el senyal de la segona cadena a les zones del territori peninsular encara sense cobertura.)

Els Jocs Olímpics també es van aprofitar per a provar noves tecnologies, inaugurar nous sistemes i expandir la televisió en el món.

El règim de Hitler, a Alemanya, va apostar fortament per la televisió per a propagar l'excel·lència dels Jocs Olímpics de Berlín, el 1936. En diverses ciutats alemanyes es van instal·lar receptors de televisió en llocs públics perquè es poguessin presenciar aquells jocs, per a glòria del III Reich. Va ser el primer gran espectacle de la història de la televisió: el van poder veure cent cinquanta mil espectadors. Es van fer servir vint-i-set càmeres, algunes de les més modernes que hi havia aleshores en tot el món, amb un nou sistema electrònic.



En les filmacions que va dur a terme Leni Riefenstahl a l'Estadi Olímpic de Berlín per a les seves cèlebres pel·lícules sobre atletes, es poden veure, de passada, alguna de les càmeres de televisió, embalums enormes amb diversos objectius giratoris.

Cal advertir que –des de l'ús propagandístic que en va fer Hitler mitjançant el talent de Riefenstahl– els Jocs Olímpics han quedat estigmatitzats, per a alguns, com a espectacles feixistoides, als quals la televisió col·laboraria amb la seva difusió universal. És un debat recurrent, sempre obert.

El començament de la Segona Guerra Mundial interromprà a Europa els primers passos de la televisió. La BBC emet en aquell moment –1 de setembre del 1939– un film de dibuixos animats de Mickey Mouse, que queda interromput. El juny del 1946 es reprèn l'emissió amb la mateixa historieta del ratolí Mickey.

Ja és durant els anys cinquanta que la televisió es consolida a Europa com a mitjà de comunicació de masses. Una gran cerimònia de la reialesa torna a servir d'estímul: la coronació de la reina Isabel II, el 1953. "La cerimònia més tradicional entronitza la tècnica d'informació més revolucionària", es va escriure a la premsa de llavors. L'esdeveniment es va aprofitar per a fundar Eurovisió, que en aquell moment va associar les televisions de la Gran Bretanya, França, Bèlgica, Alemanya i Holanda, i es van vendre milers de televisors en aquests països per a veure en directe la cerimònia reial (una dada: a París es van vendre cinc mil televisors en una setmana).



Dades de televidència en minuts, per persona i dia, en diversos països europeus (del 1989 al 1993). La mitjana actual són tres hores i mitja, per persona i dia, davant el televisor:

País	1989	1990	1991	1992	1993
Regne Unit	217	205	224	229	220
França	179	184	189	181	176
Itàlia	179	192	190	201	207
RFA	152	156	162	168	176
Espanya		183	186	193	209

L'any 2001, a Espanya, la mitjana va ser de 208 minuts (durant els anys noranta s'ha mantingut una mitjana de 210 minuts).

Als Estats Units, les hores de televidència arriben al doble. Així, doncs, els hàbits de consum de televisió són diferents a Europa i als Estats Units, cosa que denota diferents formes de vida, divergències culturals. Europa tendeix cap al model de televidència americà?

Avui hi ha televisor pràcticament al 100% de les llars europees (en moltes, més d'un: la tendència és la multiplicació de receptors a les llars), i tot i que els canals públics s'han mantingut, s'ha anat conformant un "model mixt", en irrompre en el mercat canals privats de televisió.

El cas espanyol

A Espanya, els primers experiments televisius es duen a terme el 1932, a Barcelona, a càrrec de Vicente Guíñau, enginyer de telecomunicacions que treballava a la fundació de Ràdio Barcelona. Per mitjà del fundador de Ràdio Barcelona, el Sr. Noble, amic seu, va importar des de la Gran Bretanya un dels televisors de Baird i va fer experiments a casa seva fins que va aconseguir fabricar els seus propis receptors. (En un d'aquests experiments va esclatar un televisor, que li va ocasionar ferides per les quals va morir: estem davant del primer màrtir de la televisió a Espanya!).

Un altre enginyer de Ràdio Barcelona, Ricardo Sánchez Cordovés, va aconseguir, el 1934, fer la primera demostració pública a Espanya d'una emissió televisiva: va ser a la sala Werner, a les Rambles barcelonines. La Guerra Civil va truncar tots aquests experiments.

El 1948 Sánchez Cordovés és requerit a Madrid per a desenvolupar la televisió, i a la Fira de Madrid d'aquest any ja se'n pot veure una demostració. A més, aquell any es farà una transmissió d'una cursa de braus des de la plaça de Vista Alegre (a la Gran Bretanya, cavalls; a Espanya, braus...).

El 1951 un reduït equip de persones s'estableix en un exhotel del passeig de La Habana de Madrid, que serà seu de la primera TVE (Televisió Espanyola).



Edificio de TVE del paseo de La Habana

Després de diverses proves, les emissions de TVE s'estrenen el 28 d'octubre del 1956, amb tres hores d'emissió en directe –de sis de la tarda a nou del vespre–, que veuran uns sis-cents televisors en una àrea de seixanta quilòmetres a la rodona al voltant de Madrid.



Aquesta va ser la primera programació de TVE, el 28 d'octubre del 1956:

Primera emisión de TVE

18:00 Carta de ajuste.

18:15 Misa. Por Monseñor Boulart.

19:00 Discursos. José Ramón Alonso (director de programas y emisiones), José Suevos (director de radiodifusión), Gabriel Arias-Salgado (ministro de Información y Turismo).

Intermedio.

Documental. Santa Clara, patrona de TVE.

Coros y danzas. Distrito de la latino de Madrid y grupo provincial de Madrid.

No-Do. "El Greco en su obra maestra". Estreno.

Coros y danzas. Grupo provincial de Málaga.

No-Do. "Veinte años de vida española". Estreno.

Documental. "Blancos mercenarios".

Actuaciones. Orquesta de Roberto Ingles, con la vocalista Monna Beli. Trío Los Diamantes. Concierto de piano de José Cubiles.

Himno Nacional y banderas de cierre.

A les cròniques no es conserven les hores exactes de la primera emissió de la història de TVE, aquella tarda del 28 d'octubre de 1956.

L'objectiu del règim de Franco en fundar Televisió Espanyola era servir-se'n per a propagar els principis polítics i religiosos de sistema i cohesionar-hi els espanyols, amb la família com a cèl·lula bàsica. En els discursos fundacionals de TVE es posava de manifest aquest propòsit amb tota claredat.



Aquest és un article de la portada de *La Vanguardia* del dimarts 30 d'octubre del 1956, en el qual s'informa dels actes inaugurals de TVE, i en què es reproduïxen els discursos oficials:

El ministro de Información y Turismo inauguró los servicios de televisión en Madrid

El transmisor de imagen y sonido permitirá la recepción de programas en un círculo de 50 a 60 kilómetros de radio en torno a la capital

Las emisiones, que serán diarias, durarán de dos a tres horas

Madrid, 29. – El ministro de Información y Turismo, don Gabriel Arias Salgado, inauguró ayer noche la estación de televisión de Madrid, dependiente de la Dirección General de Radiodifusión. El transmisor de imagen y de sonido permitirá la recepción de los programas en un círculo de 50 a 60 kilómetros de radio alrededor de Madrid. Las pruebas efectuadas se reciben perfectamente incluso en Toledo. Los



equipos son del tipo más moderno y permiten las emisiones no sólo desde los estudios, sino desde los campos de deportes, teatros, salas de espectáculos, etc. Las emisiones, que comenzaron ayer, se harán todos los días a partir de las nueve y media de la noche, y los programas durarán de dos a tres horas. Las emisiones abarcarán programas culturales, deportivos, proyección de películas cinematográficas y actuación de primeras orquestas y atracciones internacionales. El programa de hoy comenzó con la santa misa que se dijo en el estudio central por el prelado doméstico, monseñor Bulard, ante un altar presidido por la imagen de Santa Clara, Patrona de la televisión española.

Con el ministro ocuparon la presidencia el subsecretario de Información y Turismo, señor Cerviá; el director general de Radiodifusión, don Jesús Suevos; el subdirector general, señor García Durán; secretario general, señor Jaráiz; director de programas y emisiones, don José Ramón Alonso; primer teniente de alcalde, señor Solar; oficial mayor del Ministerio, señor Pajares, y el coronel de Estado Mayor, señor Caudevilla, de la subsecretaría del Ministerio del Ejército. Asistieron numerosas personalidades, entre las que figuraban el delegado nacional del Servicio Exterior, señor Riestre; el secretario nacional de la Prensa del Movimiento, señor Tarduchy, directores de periódicos y numerosos invitados.

Terminada la ceremonia religiosa, el director de programas y emisiones, don José Ramón Alonso, pronunció unas palabras en las que dijo que a este acto de colocación de la primera piedra de la televisión española han de seguir otras muchas piedras hasta que tengamos el edificio completo de la obra. Con ella queremos servir una tarea situada en la misma línea y en el mismo camino que nos ha sido trazado hace años y para lo que contamos cada vez con más emisoras y más elementos con el fin de que la verdad y la fe puedan llegar a todos los hogares y a todos los pueblos. Hemos querido que la televisión española comenzara a funcionar precisamente en este día de Cristo Rey y nos hemos trazado dos caminos: el de servir a Dios y a la política de España. El director general de Radiodifusión, señor Suevos, dijo ayer que era hoy día de gran alegría para él y para cuantos han colaborado con la Dirección General de Radiodifusión en Radio Nacional de España, porque se pone fin a una etapa experimental de la televisión y comienza otra de madurez hacia la prueba definitiva que se realizará cuando el Ministerio de Información lo ordene.

Esta etapa es absolutamente necesaria para estudiar sobre la realidad las dificultades que se puedan presentar en nuestro país a la televisión y porque queremos que los técnicos se impongan para que sean voces, manos y corazones los que lleven la imagen y la voz a todos nuestros compatriotas. Agradeció a todos cuantos han trabajado en estos equipos el esfuerzo realizado y rogó al ministro de Información que lleve al Gobierno y a nuestro Caudillo un saludo de homenaje y de gratitud de todos cuantos trabajan en la Dirección General de Radiodifusión en Radio Nacional de España y ahora en la televisión, todos formados en firmes ideas que utilizarán estos elementos en servicio de la España una, grande y libre y que harán todo lo posible para que la televisión sea digna de España, del Caudillo y de nuestra tradición. Terminó con los gritos de «¡Arriba España!» y «¡Viva Franco!».

Palabras del señor Arias Salgado

El ministro de Información y Turismo. Señor Arias Salgado, dijo:

»Hoy, día 28 de octubre, domingo, día de Cristo Rey, a quien ha sido dado todo poder en los Cielos y en la tierra, se inauguran los nuevos equipos y estudios de la televisión española.

»Mañana, 29 de octubre, fecha del vigésimotercero aniversario de la fundación de la Falange Española, darán comienzo de una manera regular y periódica los programas diarios de televisión.

»Hemos elegido estas fechas para proclamar así los dos principios básicos fundamentales que han de presidir, mantener y encarnar todo el desarrollo futuro de la televisión en España; la ortodoxia y rigor desde el punto de vista religioso y moral con obediencia a las normas que en tal materia dicte la Iglesia católica, y la intención del servicio y al servicio mismo a los principios fundamentales y a los grandes ideales del Movimiento nacional. Bajo esta doble inspiración y contienda con el perfeccionamiento técnico, artístico, cultural y educativo de los programas, que han de ser siempre amenos y variados, espero con vuestra colaboración que la televisión española llegará a ser uno de los mejores instrumentos educativos para el perfeccionamiento individual y colectivo de las familias españolas.

»Quedan inaugurados los nuevos equipos y estudios de la televisión española. «¡Viva Franco!» «¡Arriba España!»

Desarrollo del primer programa

Después de un breve intermedio comenzó el programa con un trabajo dedicado a Santa Clara, patrona de la televisión española. Se transmitió después un documental, «El Greco en su obra maestra», y el titulado «Veinte años de vida española», realizado por los equipos de televisión con la colaboración del No-Do y Filmoteca Nacional. Después actuaron los Coros y Danzas del distrito de la Latina de Madrid, los del grupo provincial de la capital, la orquesta de Roberto Ingles, el grupo provincial de Coros y

Aquesta carta de naixement marcarà la història de TVE, pel que fa a la seva dependència del poder polític, fet que ocasionarà xocs partidistes continus a partir de l'arribada de la democràcia a Espanya. Aquests debats partidistes s'entrellaçaran al començament dels anys vuitanta amb el de la conveniència o no de crear canals de televisió pública específics per a cada comunitat autònoma (canals autonòmics) i, després, amb el debat sobre la conveniència o no de permetre la competència de canals privats de televisió.



Durant els anys seixanta, la gran obstinació del Ministeri d'Informació i Turisme dels governs de Franco va ser fer arribar la televisió a tots els racons d'Espanya. Per a això es van fer servir els anomenats *teleclubs*, locals públics amb televisor situats en municipis rurals, perquè els missatges del règim arribessin a tothom. Paradoxalment, la televisió vehiculava no solament aquests missatges oficials de la ideologia del règim, sinó molts altres, tot i que fossin simplement estètics i de costums, que van influir decisivament en la societat rural espanyola.

Aquest article recull el fenomen:

La chapa de un teleclub



UNA PUERTA desvencijada, carcomida, pendida aún de sus goznes por un raro milagro. Es la puerta de una casa de pueblo que se desconcha desde el día en que, hace ya años, dejaron de encalarla. Como otras de este pueblo de la montaña castellonense, la casa se vació de vida a medida que los suyos la abandonaban por la gran ciudad. En esa puerta de viejísima madera, hay claveteada una chapa metálica, muy picada por el óxido, corroída casi, en la que aún se lee: **teleclub**

Esa puerta, esa chapa, son una fotografía del vértigo de la historia.

Los del pueblo colocaron la chapa cuando llegó el primer televisor al lugar, y de eso hace 30 años, que no son nada y que son una era geológica.

No son nada porque caben holgadamente en una vida humana, y son una era geológica porque en ese rato se desataron cataclismos, fractura de fallas y quiebra de sinclinales que cambiaron la faz de las cosas.

Todo debió de empezar en el tal **teleclub**. Los parroquianos se congregaban con alborozo en esa sala, delante del televisor, divertidos y curiosos, sin saber que esa ventana de luz en blanco y negro era una grieta en el tiempo y en el espacio, una **bomba atómica** que fundía sus parámetros seculares, alteraba el ritmo del tiempo y modificaba las percepciones. (A este fenómeno comunicativo acelerado unos lo llaman aculturación y otros progreso).

El caso es que luego hubo algunos que quisieron tener una tele en su propia casa, y las hubo en varias casas particulares. En otras, sus ocupantes decidieron irse a buscarla allí en donde las había a manos llenas, y ya no regresaron. El óxido empezó su trabajo en la chapa de la puerta.

Franco impulsó los teleclubs en España para promover coloquios que "cohesionaran al grupo social" (con el cemento de lo "políticamente correcto" del momento).

Qué ironía. Esa chapa tiene un valor arqueológico de primera magnitud, y en 30 años ha logrado adquirir la misma entidad historiográfica que una estela romana. Es una chapa de museo que uno ha visto a la intemperie, que es dónde al final queda casi todo.

Víctor M. Amela. *La Vanguardia*.

La televisió és intrínsecament, tant si ho pretén com si no, un factor d'obertura i modernització de les societats?

El mapa televisiu espanyol actual és mixt: hi conviuen la cadena estatal pública (TVE) amb diversos canals públics autonòmics apareguts durant els anys vuitanta (TV3, ETB, Canal 9, TVG, Telemadrid, Canal Sur) i tres cadenes privades sorgides als anys noranta (Antena 3, Tele-5 i Canal +, aquest últim de pagament), més una plataforma digital terrestre (Quiero TV), dues plataformes digitals via satèl·lit (Vía Digital, Canal Satélite Digital) i algunes xarxes minoritàries de cable.

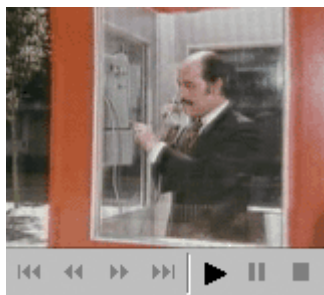
TVE es manté com la cadena més vista a Espanya, per inèrcia històrica i per una programació amb un cost que

endeuta progressivament la cadena pública (s'acosta al bilió de pessetes).



Vegeu a *La Vanguardia* de gener del 2002 les dades corresponents a l'any 2001.

La televisió ha estat constantment en el nucli del debat polític i cultural a Espanya. Durant el postfranquisme ja hi va haver emissions que van ser interpretades com a crítiques al·legòriques a la dictadura, com el migmetratge *La cabina*, el 1973 (dirigit per Antonio Mercero, amb guió de José Luis Garcí).



La cabina (1973), d'Antonio Mercero.

Aquesta narració per a televisió va ser premiada a Montecarlo, cosa que interessava el govern espanyol per a aparentar modernitat davant d'Europa, si bé a Espanya es va emetre a la matinada, gairebé clandestinament, perquè donava cabuda a interpretacions polítiques adverses al règim.

Un home –José Luis López Vázquez– queda accidentalment tancat en una cabina de telèfon. Aquest home funciona com l'al·legoria de l'espanyol mitjà, aïllat i asfixiat per un entorn claustrofòbic. Els intents per a alliberar-lo faciliten un retrat social àcid, i el final entra en el territori de la desesperació.

(Irònicament, vint-i-cinc anys després, al final dels anys noranta, una companyia de telefonia farà servir aquesta iconografia de la memòria televisiva espanyola per a escenificar en un spot televisiu el final del monopoli de Telefónica: es veu José Luis López Vázquez –vint-i-cinc anys més vell, lògicament– fugint de la cabina de Telefónica.)

A Espanya la televisió es va convertir en fòrum del debat polític al començament de la Transició (amb un programa com *La clave*, de José Luis Balbín: el primer debat va ser sobre el joc, quan a Espanya encara no s'havia legalitzat).

L'emissió de sèries nord-americanes va ser suprimida del 1982 al 1984 pel primer director general socialista de TVE, per principis ideològics. Amb l'arribada de les televisions privades, el 1990, la competència comercial va empitjorar (i TVE va recórrer als serials sud-americanes). Des de mitjan anys noranta s'aposta per la producció pròpia, i els esquemes de les produccions televisives nord-americanes s'adapten a personatges, hàbits i escenaris espanyols.

Televisió pública o privada?

El model públic de televisió implantat a Europa es comença a erosionar cap als anys setanta i vuitanta, quan apareixen canals privats de televisió, com els que hi ha als Estats Units, en què l'Estat amb prou feines intervé com a actor en el terreny televisiu.

Aquesta crisi del model públic europeu acabarà desembocant en un model mixt (coexistència de televisions públiques i privades).

La crisi teòrica del model públic comença amb els atacs i les crítiques dels adalids del model privat. Durant els anys vuitanta, el debat entre els defensors d'un model i l'altre serà central en el camp de la televisió.

Quins són els arguments esgrimits pels uns i pels altres? Totes dues actituds pretenen ser la més correcta per a protegir millor els drets i interessos del ciutadà i del teleespectador. Revisem les filosofies argumentals dels uns (model públic) i dels altres (model privat).

Model públic

La filosofia dels defensors del model públic de televisió (després de la Segona Guerra Mundial, quan s'implanten a Europa les televisions nacionals, d'Estat) se centra en la idea que la televisió és un **servei públic**. La televisió és massa valuosa per a la societat per a deixar-la a l'atzar d'interessos particulars, d'una explotació privada que buscaria únicament el benefici econòmic (per sobre de la informació imparcial). La televisió ha de ser un monopoli de l'Estat,

partint de tres raons:

- Les freqüències són limitades, l'espai radioelèctric és un bé escàs i, com a tal, l'ha d'administrar l'Estat.
- És la millor garantia que els ciutadans tindran una informació lliure, imparcial, plural, i que tots tindran accés a la televisió en una actitud d'igualtat.
- És la millor garantia que la llibertat d'expressió no serà sufocada per grans grups de poder econòmic, i que la influència (cultural, econòmica, social) no quedarà en mans d'uns quants.

Els defensors del model públic hi veuen la millor garantia que els ciutadans, amb els seus representants electes, controlaran un mitjà tan influent com la televisió. Segons aquesta visió, el monopoli públic no és una limitació, sinó una garantia d'igualtat. A més, s'argüeix que la televisió és cara (també els informatius), per la qual cosa, si no es fa amb diners públics, només els qui acumulin grans capitals tindran capacitat d'informar (i influir) mitjançant la televisió, i no en interès de tots, sinó en bé dels interessos particulars. I que la seva programació, per tant, serà més comercial que de caràcter cultural.

Model privat

A Europa, a partir dels anys vuitanta, s'estén la convicció que la privatització de les televisions no ha de representar per força un obstacle per a la llibertat d'expressió. D'una banda, els avenços tecnològics amplien la capacitat de l'espai radioelèctric (les freqüències deixen de ser un bé escàs. I, si hi ha llibertat d'empresa per a fundar diaris, per què no n'hi pot haver per a fundar televisions?). De l'altra, la querella política contínua entorn de les televisions públiques revela que la pretesa neutralitat i imparcialitat d'aquestes televisions és, com a mínim, discutible: els crítics amb el model públic assenyalen que en aquest model les televisions són instruments en mans del poder polític governant, al servei dels partits polítics de torn al govern.

Així, es va imposant la idea que el monopoli estatal no és necessàriament garantia de la millor gestió de la televisió com a servei públic. Es respecta la idea que la televisió és un servei públic, però s'argüeix que pot ser gestionat igual (o millor) pel sector privat que pel públic.

La televisió ha de deixar de ser monopoli de l'Estat i entrar en un sistema de concurrència (model mixt) entre la televisió pública i la privada per cinc raons, segons es mantenia en *Las razones de la televisión privada*, un opuscle elaborat el 1982 per Antena 3, una de les empreses que promovia la presència de la televisió privada a Espanya:

- Només la pluralitat d'ofertes garantirà la llibertat informativa.
- La pluralitat social quedarà més ben protegida amb la competència de les televisions.
- El fet que hi hagi diverses cadenes crearà llocs de treball i rebaixarà costos per a l'Estat.
- Els professionals del mitjà se'n beneficiaran, el mercat es farà més transparent.
- S'estimularà que hi hagi més varietat en els continguts de les programacions, per a benefici dels televidents.



El debat és obert: la varietat de programes ha crescut amb l'arribada de les cadenes privades? La televisió pública ha modificat actituds?



Vegeu el gràfic de *La Vanguardia* (24/2/2002), a la pàgina 3 (Secció d'Internacional).

No s'ha d'oblidar el peculiar cas italià: va començar com a model públic, amb el monopoli estatal de la RAI (des del 1952), i un repartiment polític (anomenat *lottizzazione*: 'per lots') dels canals (RAI-1 per a la Democràcia Cristiana; RAI-2 per als socialistes; RAI-3 per als comunistes). A mitjan anys setanta irrompen centenars de canals locals de televisió. Aquests canals s'acaben concentrant en tres grans cadenes privades (Canale 5, Italia 1, Rete 4), propietat d'un empresari, Berlusconi. Quan aquest empresari arriba a la direcció del Govern, controla tot el panorama televisiu d'Itàlia.

La televisió als Estats Units

Als Estats Units la televisió té un origen del tot diferent de l'uropeu. Si a Europa els protagonistes van ser els estats, als Estats Units seran les empreses privades (mentre que l'Estat es reserva una funció reguladora, mitjançant l'aprovació de certes normes). L'any 1931 l'RCA (Radio Corporation of America) emet en proves des del cim del gratacel Empire State Building, a Nova York, i ofereix emissions regulars el 1939.

L'entrada dels Estats Units en la Segona Guerra Mundial, el 1942, comporta una legislació que prohibeix la producció d'aparells de televisió per a tot ús que no sigui militar (en aquells moments als Estats Units hi havia uns cinc mil televisors). Acabada la guerra (1945), l'eclosió de la televisió als Estats Units serà fulgurant, sempre sobre el sector privat: amb diners, per tant, procedents de les insercions publicitàries.



L'estat d'ànim entre la població dels EUA entorn de la televisió –en aquell moment embrionari del nou mitjà de masses– queda ben reflectit i il·lustrat en aquest article periodístic enviat el 1948 al diari *La Vanguardia* de Barcelona pel seu corresponçal a Nova York:

PRONTO el individuo, la familia, la revista, el cine, la industria y las finanzas han despertado a una indiscutible realidad. La televisión, ayer una promesa, es hoy un hecho. Y un hecho que se impone a una velocidad que no conoció ni el aeroplano, ni la radio, ni ninguno de los artefactos modernos. Un hecho atropellante, de muchos miles de millones de dólares, que puede ser para las comunicaciones una revolución mucho mayor que la que Ford produjo en el sistema de transportes con su modelo, el célebre "T".



Y es que la televisión, a pesar de todos sus defectos, irregularidades, misterios y problemas técnicos, se ha desarrollado y extendido más de lo que sus propios propulsores esperaban. El año pasado sólo diez mil locos en toda Norteamérica tenían un receptor con fines más bien experimentales que prácticos. Este era el máximo avance que había conseguido la televisión desde 1938 hasta fines de 1947. Pero en los primeros meses de 1948 el público ha comprado 310.000 receptores, a pesar de su precio todavía prohibitivo. De cuatro estaciones más bien experimentales se ha pasado a veintiséis emisoras comerciales y para fines de año los cálculos más conservadores establecen la siguiente predicción: 65 estaciones en 42 estados, abasteciendo a un millón de receptores con una audiencia mínima de 66 millones de almas. La rapidez con que cada semana surgen nuevas estaciones, nuevos programas, nuevos tipos de receptores ha sido tal, que aquello que fue un misterio en mayo es una realidad completa en junio. Tanto, que la transmisión de imagen a distancia ha cogido por sorpresa a cuantos deben intervenir en su realización. Existe la técnica de transmitir, pero está en pañales aún el arte de televisar. La experiencia ha demostrado que el locutor corriente de radio no sirve para la televisión. Tampoco el artista de cine. Lo más próximo es el actor de teatro, aunque deberá desarrollar un nuevo arte: el de interpretar sin auditorio visible y sin la reacción de la reprobación o el aplauso. Debido a ello los programas son hasta ahora bastante opacos y únicamente aceptables cuando transmiten escenas cuyos actores actúan completamente ajenos al hecho de que están siendo televisados. Por eso su principal éxito son los deportes y especialmente los combates de boxeo, en los cuales el receptor de televisión son las películas y noticiarios cinematográficos, razón por la cual hasta ahora Hollywood ha opuesto contra la televisión el más encarnado boicot.

También la velocidad ha cogido por sorpresa a los hombres encargados de desarrollar la industria. No existe todavía el agente de servicio en número suficiente para atender al cliente. El público compra aparatos a más velocidad que se producen y no sirve cualquiera para instalarlos. Un receptor de televisión es un aparato peligroso y delicado. Su lámpara de rayo catódico, que es su elemento principal y más costoso, desarrolla corrientes del orden de 1.500 voltios, suficientes para producir la electrocución. Su vacío casi absoluto añade el riesgo de la explosión. Su tamaño descomunal podría lanzar al aire una cantidad enorme de cristal convertido en metralla. Para el auditor corriente, el número de mandos ha quedado simplificado en seis, que deberá manejar al cambiar de emisora para regular el contraste de brillantez, volumen y sonido, la posición vertical, la posición horizontal y la sintonía. Pero aún tiene, cuando menos, otros cinco mandos que sólo un técnico puede ajustar y que dependen del emplazamiento del receptor. A diferencia de la onda de radio, que sigue la curvatura de la Tierra e incluso las sinuosidades del terreno y hasta callejea para colarse en los sótanos, la onda de televisión sólo se propaga en línea recta y a una distancia máxima, por hora, de setenta kilómetros. La antena del receptor debe encontrarse en la línea visual de la emisora. Es víctima de todas las interferencias, como una línea de tranvías, un anuncio luminoso, el consultorio de un dentista. Rebota contra un obstáculo como una bola de billar y así sucede muchas veces que un aparato cuya antena está totalmente oculta al emisor, recibe por carambola mucho mejor que otra en línea recta. Por todo ello nadie debe comprar un receptor hasta conocer las posibilidades técnicas del lugar donde se proyecta emplazarlo.

El receptor más barato hasta la fecha se pondrá a la venta, dentro de sesenta días, por cien dólares. Es una miniatura marca "Pilot", con una pantalla liliputiense de seis centímetros por ocho. El receptor más caro es un "Dumont", que se vende al precio de 2.500 dólares. El promedio de los aparatos corrientes está ahora en 300, aunque "Hallicrafter", la famosa marca de onda extracorta, ha sacado ya un receptor de veinte lámparas por 170 dólares.

La retransmissió en cadena ha resolt el problema del curt alcance de la onda de televisió. De esta forma, un combat de boxeo en Nova York poden retransmetir-lo al mateix temps quantes emisoras estan connectades per hilo telefònic amb la emissora principal. Esta es la raó de haver-se elegit Filadelfia com escenari de las convencions de ambos partits, Demócrata y Republicano, con vistas a las próximas elecciones. Los actos serán televisados y transmitidos simultáneamente por todas las emisoras de la costa Este. Se calcula que dos millones de personas podrán ver la efigie del candidato de cada partido en el mismo momento de ser designado.- INTERINO

Així, el 1948, Nova York, Boston i Washington es van connectar amb cable i repetidors, i les estacions emissores de televisió van proliferar.

Als Estats Units, la televisió s'organitza d'entrada entorn de tres grans xarxes (*networks*) de televisió privades: NBC (National Broadcasting Company), CBS (Columbia Broadcasting System) i ABC (American Broadcasting Company).



Vet aquí un breu perfil de les tres grans *networks* de la televisió nord-americana:

- **NBC:** empresa de televisió de l'RCA i, per tant, molt vinculada al complex militar i industrial nord-americà. Ha tingut un paper rellevant en la història de la televisió, ja que ha estat la cadena que ha inventat els telenotícies, les telesèries i els *talk shows* ('xou de la paraula': entrevistes, debats, etc.). Va ser la cadena líder fins que el 1980 va experimentar una davallada, per la qual cosa va contractar Fred Silverman (que era cap de programes de l'ABC i que va ser responsable del seu creixement).
- **CBS:** ha estat la cadena de la primàcia tècnica, amb la millor qualitat d'imatge, cosa que li ha donat el lideratge en vastes zones rurals.
- **ABC:** era la tercera en discòrdia, però despenjada, fins que el 1954 va signar un contracte amb Walt Disney per a distribuir-ne el cinema familiar. Així es trencava, per primera vegada, el boicot que les productores de Hollywood mantenien contra la televisió, a la qual veien com una amenaça. Als anys setanta va pujar la seva quota de pantalla (amb increments de sexe i violència en la programació, segons assenyalaven els retrets dels crítics).

Als Estats Units també hi ha televisió pública, organitzada sobre universitats i institucions patrocinadores, però té una quota de pantalla testimonial: l'1%. S'anomena PBS (Public Broadcasting System), i els seus continguts – fonamentalment documentals – tenen un alt grau de qualitat i solen obtenir distincions en festivals internacionals de televisió. A partir dels anys vuitanta, a més, irrompen als Estats Units els canals de televisió de pagament servits a través del cable, i amb continguts especialitzats, és a dir, canals temàtics.

Als Estats Units, el mapa televisiu s'articula a partir de les emissores de televisió local, que pertanyen a una *network* o s'hi associen lliurement, o bé emeten d'una manera independent. Si l'emissora està afiliada, el *network* li subministra la major part de la programació (incloent-hi la publicitat, de la qual paga un percentatge a l'emissora local). L'objectiu sempre és el mateix: obtenir el màxim benefici econòmic, cosa que passa per arribar al màxim nombre d'espectadors possible (i, en particular, als espectadors a què aspiren els anunciants).

La publicitat és l'única font d'ingressos de la televisió americana (deixant a part els canals de pagament), per la qual cosa és l'eix del sistema. Els anuncis ocupen el 20% del temps d'antena, amb més de dotze interrupcions publicitàries per hora.

Al mapa televisiu nord-americà se suma des del 1980 una cadena molt especial: la CNN, que per primera vegada va oferir un servei d'informació durant vint-i-quatre hores al dia, per cable (les sigles signifiquen Cable News Network). Els seus serveis es van exportar fora dels Estats Units mitjançant el satèl·lit, i va acabar per convertir-se en la primera televisió global, vista en tots els punts del planeta.

Expansió mundial de la televisió

La televisió va començar essent un experiment paral·lel en diversos països d'Europa i als Estats Units. Però des d'aquell moment – anys trenta del segle XX – havia irromput en la història de la humanitat i res ja no tornaria a ser igual.

La seva expansió seria constant al llarg del segle XX, i interconnectaria finalment tots els punts del planeta, el faria transparent, com els sostres de vidre de les cases en l'obra clàssica *El diablo cojuelo* (Cervantes). Arran d'aquest fenomen s'encunyarien termes com el de *veïnatge global* per a referir-se al planeta Terra.

El procés d'expansió de la televisió va lligat a interessos polítics i comercials, i als avenços de la tecnologia, a partir

dels anys cinquanta. El 1951 s'aconseguia per primera vegada una emissió televisiva *coast to coast* ('costa a costa') als Estats Units: gràcies a la televisió, desapareixien els cinc mil vuit-cents quilòmetres que separen Nova York de San Francisco.

Si alguna cosa cohesiona els tres-cents milions de nord-americans –i tots els seus estats dispers– és la televisió, amb les tres grans cadenes nacionals (a més de les pel·lícules de Hollywood, les grans cadenes d'hamburgueses, l'NBA i la Superbowl): televisió, cinema, esport i menjar.

Paral·lelament, a Europa es crea Eurovisió, que va associar diversos països de l'Europa Occidental amb la cooperació de les seves televisions (incloent-hi l'organització del popular Festival de la Cançó d'Eurovisió, que nodreix d'una música lleugera homogènia els països d'Europa durant decennis. El seu declivi en els últims anys, es pal·liarà gràcies a l'èxit de programes com *Operación Triunfo*? Després de l'euro, Eurovisió tornarà a unir Europa?).

El 1961, amb motiu d'unes jornades d'atletisme EUA-URSS, tindrà lloc una "unificació" entre l'Europa de l'Est i l'Europa de l'Oest de la mà de la televisió: per primera vegada, una mateixa emissió televisiva serà vista a tots dos costats del teló d'acer.

I un any després, el 1962, naixerà Mundovisión: per primera vegada, una emissió televisiva es veurà alhora a Europa i als Estats Units. Es tracta d'un programa especial en què col·laboren els països de tots dos continents, i que va incloure una al·locució del president John Fitzgerald Kennedy, al qual van poder veure i sentir fins a dos-cents cinquanta milions de telespectadors: en tota la història de la humanitat, fins llavors ningú no havia tingut tant de públic alhora. Aquella emissió batejava simbòlicament la televisió com a mitjà de comunicació universal, planetari, global. Empetitia el planeta a la dimensió d'una plaça de llogaret a la qual arriba el pregoner.

Des del principi dels anys seixanta, el pregoner mundial ja era la televisió, consagrada, definitivament, com el rei dels mitjans de comunicació de masses, i el preceptor cultural universal més poderós.



Activitat 3

Avui tota persona de més de cinquanta anys de qualsevol punt del planeta Terra pot respondre la pregunta: on eres, què feies quan van assassinar Kennedy? Això és possible perquè la televisió va traslladar la notícia i la imatge del magnicidi al món sencer: va ser, probablement, el primer esdeveniment globalitzat per la televisió, visualitzat per la humanitat sencera. La televisió ha estat des de llavors el mitjà de masses per excel·lència, el que ha nodrit més proteïnicaament la nostra iconosfera:

- Quines imatges televisives han deixat una empremta en la història?
- Quines serien, en la teva opinió, les cinc grans fites televisives, les cinc imatges més rellevants, més impactants?
- (Sempre són esdeveniments de l'actualitat? Hi pot haver alguna imatge de ficció televisiva?)
- Després poseu aquestes llistes d'imatges en comú i debateu-les.

Els avenços tecnològics

La universalització de la televisió va ser possible gràcies a l'ús dels satèl·lits artificials. El primer –el que va permetre aquesta primera emissió EUA-Europa– va ser el Telstar I (també anomenat Early Bird, és a dir, 'ocell de l'alba'), que va ser el primer satèl·lit de televisió geoestacionari (situat en un punt determinat de l'òrbita terrestre, girava entorn de la Terra a la mateixa velocitat que la Terra sobre si mateixa, de manera que es mantenia "fix" sobre un mateix punt de la superfície terrestre, en aquest cas el que permetia de cobrir els Estats Units i Europa alhora).



Telstar 1, primer satèl·lit de televisió.

L'acceleradíssim procés d'expansió va portar la televisió a la seva primera emissió extraterrestre l'agost del 1969, quan una càmera va enviar imatges a la Terra des de la Lluna, només quaranta-tres anys després de la invenció de la televisió!

L'ús del satèl·lit ha estat decisiu per a l'expansió mundial de la televisió (ara n'hi ha dotzenes que orbiten entorn de la Terra), cosa que ha permès fenòmens com els de la CNN i, més recentment, Al-Jazira, la televisió del món àrab, també amb aspiracions d'arribar a tot el planeta, com una contra-CNN o, almenys, alternativa a la CNN.



Podeu consultar "L'altre costat: Al-Jazira", a la unitat "Informació i espectacle" del mòdul "Societat global: comunicació i espectacle".

En el pla tecnològic, s'han sumat tres avenços més per a afavorir l'expansió de la televisió (i la seva millor qualitat tècnica): el magnetoscopi –conegut popularment com a *vídeo*–, el color i la digitalització (que multiplica el nombre de canals i que permet l'ús de càmeres molt lleugeres). Així, la televisió es converteix dia a dia en una pròtesi més i més eficaç de l'ull humà.

Va ser l'any 1956 quan es va començar a utilitzar el magnetoscopi als estudis de televisió. Fins aleshores, tot s'havia d'emetre en directe o bé filmar-se prèviament en pel·lícula cinematogràfica. L'enregistrament en cinta magnètica, que no necessita revelatge químic, va agilitar l'obtenció d'imatges per a televisió, sobretot amb finalitats informatives, cosa que va resultar decisiva per a l'aparició dels telenoticiaris (telenotícies) tal com avui els coneixem.



El vídeo domèstic encara trigaria molts anys a ser una realitat comercial. Fins als anys setanta no serà a les llars. Un passatge d'un dels capítols de la telecomèdia nord-americana *Embruixada* anticipa l'aparició del vídeo domèstic. Ella –bruixa amb poders– recorda al seu marit que aquella nit surten a sopar. El marit no se'n recordava, i el fastigueja perdre's el partit de beisbol televisat que acaba de començar. La dona, amb la seva màgia –un lleu moviment de nas–, congela la imatge a la pantalla del televisor i li diu: "Ara ja podem sortir a sopar. Quan tornem, et deixaré veure la resta". Un precedent del vídeo domèstic... programable amb el nas!

La televisió, en el seu acostament a la reproducció de la realitat, tenia una mancança: no hi havia color. Des del principi es va experimentar per a aconseguir-ne, però no va ser fins a final dels anys cinquanta quan es va aconseguir, i a mitjan seixanta es van establir dos sistemes (Pal i Secam) adoptats respectivament per cada país (no hi ha un sistema universal: un televisor en color adaptat per a Espanya, es veurà en blanc i negre si es porta a França, i viceversa). Els primers programes en color es van emetre a Espanya al començament dels anys setanta: *Si las piedras hablaran*, sèrie documental amb guions d'Antonio Gala sobre monuments cabdals de l'art espanyol, va ser la primera emissió en color a TVE, el 1973-1974 (era el programa preferit de Francisco Franco).

L'últim salt tecnològic ha estat el de la televisió digital, que ha permès una millor qualitat d'imatge i més canals (la relació entre la TV analògica i la TV digital seria similar a la que es dona entre un disc de vinil i un disc compacte). La tecnologia digital ha permès l'aparició de noves ofertes televisives i l'atomització de les cadenes de televisió a Europa (als Estats Units és una cosa que ja ha succeït, gràcies a les ofertes de TV per cable), i la seva evolució –el fenomen encara és massa recent: final dels anys noranta– s'haurà d'observar en aquests pròxims anys. Però a Espanya

continua creixent el nombre d'abonats.



A Espanya, al començament dels anys setanta, es va inventar una peculiar "televisió en color per a pobres" (els televisors en color encara eren massa cars), perquè veure la tele en color (com vint anys després tenir mòbil) era un signe de progrés i posició social (i algú va arribar a fingir amb un mòbil de joguina): a les botigues del ram (electrodomèstics) es posava a la venda una làmina de plàstic transparent –tenyida de blau a la part superior, de verd i marró a la inferior, i d'un to ataronjat suau al centre– per a aplicar sobre la pantalla del televisor i fer-se la il·lusió que es veia la televisió en color.

Els avenços tecnològics han acompanyat els progressos successius de la televisió com a mitjà de masses per excel·lència.

Nou mitjà, noves històries?

A partir dels anys cinquanta, quan la televisió ja és una realitat als Estats Units i en diversos països europeus, la humanitat es troba davant d'un nou mitjà de relatar històries. Però quines històries?

El cert és que en la televisió convergeixen tots els mitjans coneguts fins llavors per a la comunicació audiovisual, per al relat, la representació, l'escenificació d'històries. Els relats orals, els literaris, els relats pintats (i tota la iconografia occidental), tots desemboquen en la televisió, de la mà de la ràdio, el cinema, el teatre, etc. La televisió es manifesta com un compendi de tots els mitjans, el delta de tots els afluents de la comunicació audiovisual.

Quin tipus de relats ofereix la primera televisió? L'absència de magnetoscopi imposa l'emissió en directe des d'un plató, tant si es tracta d'un informador llegint notícies com d'un concurs, o bé d'un presentador en un xou (és el que feia el tàndem Jerry Lewis & Dean Martin al final dels anys quaranta a la televisió americana), o d'una xerrada o entrevista, o d'un teleteatre de desenvolupament lineal. I també d'algunes pel·lícules de Hollywood o de comèdies filmades: és a dir, *I love Lucy* (1951), la primera telecomèdia de la història.

Seràn els britànics, des de la BBC, els qui establiran primer una tipologia triple dels programes de televisió, d'acord amb aquests tres objectius: informar, formar i entretenir. Aquesta classificació primitiva anirà entrant en crisi i es diluirà a mesura que els gèneres s'hibridin i apareguin programes que combinen diversos elements (un concurs que entreté i forma; un documental que informa i forma; una telesèrie històrica que informa i entreté, etc.).



Podeu consultar "Les telesèries, baròmetre social", a la unitat "La ficció: el telefilm" d'aquest mòdul.

La classificació d'informar, formar i entretenir va anar seguida d'una altra de posterior entre programes de ficció i de no ficció, que també entrarà en crisi arran dels anomenats documentals dramatitzats, *reality show*, *docusoap*, etc. que combina realitat i ficció.

Els programes que antigament es col·locaven sota el rètol d'entreteniment, avui prefereixen el de varietats, per una raó: el concepte d'entreteniment ha acabat per impregnar tots els relats televisius, l'informatiu i tot (a més de la ficció i de la publicitat), de manera que l'entreteniment ha passat a ser gairebé l'essència de la televisió: un informatiu de televisió també és entreteniment. La televisió ha fet de la informació una branca de l'espectacle.

De tota manera, a grans trets, s'entenia que els que entretenen són els programes de varietats (tertúlies, concursos, jocs, actuacions artístiques, musicals, humorístiques, esportius) i també la ficció: telesèries i llargmetratges; els que informen són els noticiaris i reportatges, i els que formen, els documentals, divulgatius i educatius.

A aquests relats se n'ha d'afegir un altre: el publicitari (que també entreté i informa, i fins i tot es pot argumentar que forma). La tele ofereix aquests tres tipus de relats: ficció, no ficció i publicitat. No sempre és fàcil diferenciar-los.

Els primers programes: els concursos

Com a herència directa de la ràdio, un dels primers gèneres televisius serà el del concurs, que es presenta amb intencionalitat educativa (llavors encara es concep la televisió com a educativa, formativa).

El primer concurs estrella als Estats Units va ser *Big Money Quiz*, en el qual els concursants competien en coneixements i responien preguntes de cultura general sense cap tipus d'ajuda exterior. El concursant vencedor anava "sobrevivint" per a enfrontar-se amb nous concursants, i anava acumulant premis en metàl·lic.

Els promotors del concurs van descobrir aviat que hi havia un increment d'espectadors segons l'atractiu o carisma dels concursants. La necessitat de sumar més i més telespectadors (per atraure anunciants: la televisió nord-americana viu només de la publicitat) va temptar els promotors de fer trampa, i en van fer, d'acord amb el

presentador i el concursant: al concursant preferit de les masses se li facilitaven les respostes per endavant.

Quan es va descobrir el muntatge, els Estats Units van viure una autèntica commoció social. Va significar la pèrdua de la innocència del poble americà: se suposava que la televisió era "veritat", en directe, amb persones de carn i ossos, i en el descodificador mental dels espectadors americans d'aquells primers anys de la televisió no es presumia que hi hagués engany (avui ho podem sospitar de gairebé cada concurs, però ens és igual: si és versemblant, que segueixi l'espectacle; és més important que resulti versemblant que no pas que sigui veritat; el que és decisiu és que el ritme transmeti suspens, tensió: espectacle).



La pel·lícula *Quiz show*, dirigida per Robert Redford durant els anys noranta, il·lustra molt bé aquest interessant passatge de la història de la primera televisió nord-americana, documenta els mecanismes de funcionament organitzatiu d'una cadena de televisió de l'època i reflecteix l'impacte social que va tenir.



En certa manera, *Big Money Quiz* va ser en la primera televisió el que *La guerra dels mons* havia estat en la primera ràdio: una topada de l'espectador amb un codi nou.

El descrèdit en què va caure el gènere del concurs va deixar pas a l'apogeu del *talk-show* ('xou de la paraula'), de la tertúlia, espais que, al seu torn, aniran reincorporant lentament el format del joc (però sense premi, en aquells moments).

En realitat, el concurs televisiu respon a un esquema arquetípic (també present en els videojocs) ja fixat per les antigues mitologies: el de l'heroi que ha de superar diverses proves plantejades pels déus o pel destí (els dotze treballs d'Hèrcules). En suma, el concurs esquematitza el model del conte meravellós, folklòric, de fades, en el qual el protagonista ha de superar proves fins a arribar a la princesa, al tron, etc.



Operación Triunfo, no és una versió de *La ventafocs*, d'*El Príncep i el captaire*, d'un conte de fades?

Analitzeu l'esquema de diversos concursos.

La ficció: el telefilm

De la sèrie B a la telesèrie

Amb la televisió apareix una forma de relat específicament televisiu: la sèrie de televisió (també anomenada *telesèrie*, *serial*, *telefilm*, *telenovel·la*, etc.). Però aquest relat televisiu, la telesèrie, enfonsa les arrels en el cinema.



Hi ha diversos termes que es fan servir per a referir-se a la ficció televisiva: *telefilm*, *telesèrie*, *sèrie*, *serial*. Són sinònims i es poden utilitzar indistintament. Avui el més popular és el de *sèrie*. El més genèric és *telefilm*, ja que defineix tota producció audiovisual de ficció destinada a emetre's per televisió, tant si és seriada com si no (si no és seriada i es tracta d'una història continguda en una sola emissió televisiva, com una pel·lícula cinematogràfica, se sol fer servir el terme *TV movie*, és a dir, "pel·lícula per a televisió").

Serial té una connotació de llarga durada, per la qual cosa se sol fer servir per a referir-se a les sèries de molts capítols, és a dir, com a sinònim de fulletó i telenovel·la. El mateix succeeix amb telenovel·la, que remet a una connotació pròxima a l'adaptació televisiva d'una obra literària.



Podeu consultar "La telecomèdia" i "La minisèrie i el fulletó" de l'apartat "La ficció: el telefilm" d'aquest mòdul.

De fet, la sèrie de televisió té el precedent històric en el tipus de cinema que la indústria de Hollywood va inventar per a competir amb la ràdio: l'anomenat *cinema de sèrie B*. Aquesta n'és la història: en els anys trenta, la irrupció de la ràdio a les llars americanes va començar a restar espectadors dramàticament a les sales de cinema. Per a contrarestar aquest efecte, els grans estudis de Hollywood, preocupats, oferien dues pel·lícules seguides pel preu d'una sola entrada: el programa doble.

Per a produir més pel·lícules sense perdre rendibilitat, Hollywood va aprendre a treballar més ràpid i més barat. S'assajava poc, es rodava ràpid, es reutilitzava material filmat sobrant per a altres pel·lícules, es reaprofitaven decorats, vestuari... i personatges: si en comptes de fer una sola pel·lícula aïllada sobre un personatge se'n feien diverses seqüeles, la inversió es rendibilitzava millor. Així neix la serialització de pel·lícules, les sèries de pel·lícules. És l'anomenada sèrie B (per ser seriada i per la inversió pressupostària inferior, i presumiblement, qualitat inferior).

Les pel·lícules de sèrie B també són les que es rodaven molt ràpidament (s'anomenaven *quickies*, 'ràpides') en l'estela d'una altra pel·lícula de gran pressupost, llançament i fama, a fi d'aprofitar l'expectació social i la campanya entorn de la gran pel·lícula. Així, l'estrena de la primera pel·lícula important sobre Al Capone va estar envoltada de l'estrena de diversos *quickies* –rodats en menys d'una setmana! –, que es van distribuir ràpidament per a aprofitar la publicitat entorn del personatge.

Les pel·lícules de sèrie B van tenir gran èxit en el medi rural americà: per a aquest públic, eren més atractives que una comèdia sofisticada de Lubitsch o Capra. I els seus protagonistes es van fer molt populars. Aquests en són alguns: Tom Mix, Gene Autrey (el Cantant Vaquer), Roy Rogers, Hoapalong Cassidy, capità Marvel, etc. Charlie Chan i Tartzán serien l'"aristocràcia" de la sèrie B.



Tom Mix



Davant la competència de la ràdio, la indústria del cinema inventa el programa doble a les sales cinematogràfiques, i així torna a atraure espectadors. El programa doble obliga a fer pel·lícules amb rapidesa i baix cost, cosa que porta a la seriació. Es tracta d'una manera de treballar que adoptarà la televisió: seran les telesèries, també anomenades *teleafilms*. El cinema buscarà altres estratègies per a afrontar aquesta nova competència. Aquestes són algunes xifres paral·leles de consum radiofònic, cinematogràfic i televisiu als Estats Units:

EEUU	CINE	RADIO	TV
1930	110 mill espectadores a la semana		
1933	60 mill espectadores a la semana Para competir con la radio: DOBLE PROGRAMA: 2 pelis por 1	El 60% de los hogares tenía radio	
1936	El 85% de las salas ofrecían el Doble Programa. Esto también supone un cambio en el trabajo cinematográfico, nace el filme de bajo presupuesto. La industria del cine como negocio. "Serie B": tiene carácter seriado; un mismo actor en varias pelis. "Quickies": pelis rápidas que aprovechan el lanzamiento publicitario de otra grande;		
	II GUERRA MUNDIAL		
1946	Gracias al telefilme 100 millones de espectadores a la semana. Se producen 400 pelis/año		
1947			14.000 televisores
1948	85 mill espectadores a la semana		14.000 televisores
1949			190.000 televisores
1950	60 mill espectadores a la semana 383 pelis al año		5.000.000 tv's (9%)
1951			1era Sit-com "I love Lucy"
1954	254 pelis al año		
1957	40 mill espectadores a la semana		65%
1958	150 pelis año		
1960			50.000.000 tv's (87%)

Cadascun d'aquests personatges, cadascuna d'aquestes sèries, va arribar a integrar una vintena de pel·lícules (a raó de cinc o sis per any, aproximadament) durant els anys trenta i part dels quaranta. Al final dels anys quaranta i el principi dels cinquanta, l'exemple de la sèrie B resultarà providencial per a la novinguda televisió: la televisió necessita omplir moltes hores i, per tant, ha de produir amb rapidesa i economia. Seguirà el model de la sèrie B, i així naixerà la sèrie televisiva.

Cinema i televisió: amor-odi

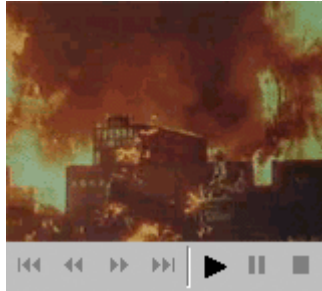
Als guionistes de les pel·lícules de sèrie B se'ls recomanava que incloguessin en els guions escenes que permetessin la utilització de material ja filmat per a altres pel·lícules de la mateixa sèrie. Una tècnica que després passaria a la televisió: un primer pla de la cara de Lorne Greene –el patriarca de la sèrie *Bonanza*– podria ser reutilitzat en diversos capítols i moments de la sèrie. O un pla inserit de l'exterior del ranxo de *Dallas*, etc.



"Amb la sèrie B queda més clar que mai que el cinema té més d'indústria que d'art", s'ha escrit.

Obriu debat sobre els conceptes d'art i indústria respecte al cinema i la televisió (sense perdre'n de vista els precedents literaris, teatrals, "artístics": les arts consagrades per la història).

Resulta paradoxal que la sèrie B del cinema alimentés la televisió, i que la televisió, al seu torn, posés fi a aquesta sèrie B cinematogràfica. El públic natural de les pel·lícules de sèrie B aviat va trobar en la televisió el seu nou proveïdor d'històries senzilles, i el cinema es va haver d'espavilar i obrir noves vies: la incorporació del color, la pantalla més gran, la pel·lícula gran espectacle: *Allò que el vent s'endugué* és el paradigma del nou cinema que s'ha de fer per a atraure els espectadors a les sales.



Allò que el vent s'endugué, de Victor Fleming (1939).

Il·lustrativament, alguns dels protagonistes d'aquelles pel·lícules de sèrie B dels anys trenta i quaranta van acabar a la televisió.

I la televisió va explotar, al seu torn, els gèneres d'èxit en aquelles pel·lícules, en particular el *western*. Així, algunes de les primeres sèries d'èxit en la història de la televisió van ser *westerns*. Però els gèneres de moda van anar variant en sintonia amb la societat americana.



Vet aquí alguns destins dels herois protagonistes de la sèrie B i de les seves companyies, que il·lustren la relació de competició –primer– i aliança –després– entre cinema i televisió:

Gene Autrey, el Cantant Vaquer, va acumular una fortuna superior als cent milions de dòlars (el 1940 va ser el quart actor més taquiller d'Amèrica). Amb l'arribada de la televisió, Autrey va comprar les seves pel·lícules a la Republic (la companyia productora) i les va vendre després a la televisió, el 1950, amb la qual cosa encara va consolidar més la seva popularitat.



Gene Autrey

Roy Rogers, rival de Gene Autrey, perquè encarnava un altre texà que cantava, va acabar essent predicador cantant en programes religiosos de la televisió.

Rogers i Autrey eren les estrelles de Republic, que va vendre tot el seu estoc a la televisió i va tancar el 1959.

La companyia Monogram (*Charlie Chan, Mr. Wong*) va continuar treballant en la sèrie B fins al 1953, any en què va sucumbir davant l'empenta de la televisió.

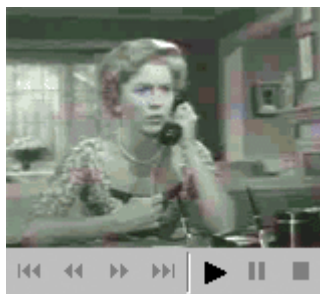
La companyia Universal es va fer respectable gràcies a la sèrie B, es va especialitzar en els gèneres de terror i ciència-ficció (*Buck Rogers*) i va ser la primera companyia que va produir telefilms: pel·lícules específicament pensades per a televisió, les quals venia directament a les cadenes.

Els gèneres més freqüentats per la sèrie B van ser el *western*, les aventures i les comèdies.

La sèrie B declina al final dels anys quaranta i principi dels cinquanta, davant l'imparable ascens de la televisió, que en aquest moment sorgeix com el mitjà de masses que avui coneixem i s'apodera del paper d'entreteniment quotidià que tenia el cinema.

■ El cas Hitchcock

Alfred Hitchcock, amb un prestigi fonamentat en la seva obra cinematogràfica, es va girar cap a la televisió i la va enaltir com a mitjà per a explicar històries. Contra l'opinió elitista des del fòrum cinematogràfic hollywoodiense dels qui veien la televisió com un enemic i un competidor, l'actitud clarivent de Hitchcock il·lustra la del narrador que vol explicar històries, commoure i esgarriar el màxim nombre de persones possible. En la primerenca data del 1955, Hitchcock comença a produir telefilms de mitja hora per a televisió, molts dirigits per ell mateix, i tots presentats per ell en pantalla, que donen la mesura de la força del seu estil personal i les immenses possibilitats de la petita pantalla.



Bang! Estás muerto, episodi de *L'hora d'Alfred Hitchcock*.

Les telesèries, baròmetre social

Els continguts de les sèries de televisió són un bon mirall social, i no és difícil relacionar els esdeveniments històrics (socials, polítics, econòmics, musicals, artístics) amb els continguts de les sèries de televisió.



Escena d'*I love Lucy*

La popular actriu nord-americana Lucille Ball es va convertir en la primera gran estrella televisiva i va portar la seva vis còmica a la petita pantalla. Un humor encara emparentat amb l'humor del cinema còmic americà clàssic, el vell cinema mut. Un humor molt visual, sense descartar la persecució, la cursa i el llançament de pastís, però que ja jugava amb els diàlegs i l'espurna verbal. Era una sèrie de tall familiar, amb molts gags, sobre les peripècies de dues famílies veïnes (Desi Arnaz - Lucille Ball i Bill Frawley - Vivian Vance). Va trencar totes les cotes del furor massiu. Es va emetre fins al 1960.

Així, la dècada dels cinquanta –anomenada *l'edat d'or de la televisió*– es va caracteritzar per les comèdies (la guerra s'havia acabat, era l'alegria de la victòria) i per les obres teatrals en directe. Un bon exemple és *I love Lucy*, amb Lucille Ball en el paper d'esposa graciosa. Es considera la primera telecomèdia de la història (amb arguments senzills, amables, domèstics, amb malentesos i desenllaços pròxims al cinema còmic).



El cas Rod Serling

L'any 1959 s'estrena a la televisió americana *Twilight Zone*, una de les produccions televisives més influents de la història, ja que molts futurs guionistes, actors, cineastes i realitzadors americans hi van fer les primeres armes o la van veure quan eren nens, i li han reconegut després el seu magisteri. És el cas de Steven Spielberg (que amb la pel·lícula i la sèrie *Amazing Stories* ha volgut retre-li homenatge), en la filmografia del qual es deixa notar l'empremta de l'obra de Serling.

Els capítols de *Twilight Zone* són independents els uns dels altres, històries diferents (totes presentades en pantalla per Serling, igual que Hitchcock), però amb un denominador comú: un joc de fantasia-ciència, un malabarisme sorprenent amb les dimensions espai-temps que dóna lloc a les situacions més insòlites.



La dimensió desconeguda,
dirigida per Rod Serling.

El *western*, herència directa de la sèrie B, és una altra de les estrelles de la programació en els cinquanta (*La llei del revòlver*, *Cheyenne*, *Caravana*, *L'home del rifle*). *Bonanza* s'estrena l'any 1959, s'emetrà durant la dècada dels anys seixanta i resistirà el declivi imparabile del gènere: serà l'últim gran producte d'aquesta llarga tradició.

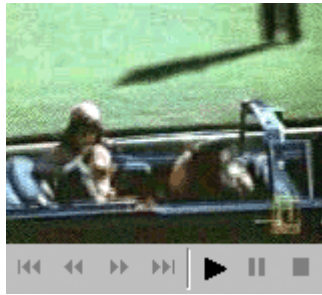
En els anys seixanta sorgeixen altres arguments: ha començat la guerra freda, i apareixeran les sèries d'espies (*Yo, espía*, *Missió impossible*, *Los defensores*, *La chica de Cipol*, etc., i en registre paròdic, *Superagent 86*).

La cursa espacial també ha començat, i vet aquí *Star Trek*, *Tierra de gigantes*, *Los invasores*, etc.



Tràiler de *Star Trek*

També és la dècada de la telecomèdia més domèstica i edulcorada (*Embruixada*), i la dècada en què els magnicidis (Kennedy) inclinen els espectadors envers els herois pacífics i positius: metges (*Dr. Kildare*, *Marcus Welby*, *Centro médico*, etc.; el de metges és un gènere que s'ha perpetuat fins avui: *Hospital general*, *Urgencias*) i sèries protagonitzades per víctimes innocents, el paradigma de les quals seria *El fugitiu*, un metge acusat d'un crim que no ha comès –l'assassinat de la seva dona–, que fuig del policia perseguidor; en el seu periple, fa servir els coneixements com a metge per a ajudar persones que troba en el seu camí.



Imatges de l'assassinat de J.F. Kennedy

La dècada dels setanta és la del post-Vietnam i sorgeixen sèries en l'estela *hippie* i d'autodomini de la violència, com és el cas de *Kung-fu*, la història d'un monjo d'un monestir xinès de kung-fu que marxa a la recerca del seu germà. Recorre l'Oest americà i resisteix sense agressivitat les agressions dels violents.



Kung-fu

I sèries antibèliques, com *Mash*. La controvèrsia social arriba a les ficcions televisives, i s'abandona el to ensucrat: les telecomèdies són més realistes (*La chica de la tele*, *Taxi*) i reflecteixen realitats socials i professionals (*Lou Grant*), i l'humor també és més àcid (*Enredo*, *Benson*).



Lou Grant

La sèrie *Lou Grant* neix com a *spin off* –seqüela– de *La chica de la tele*. Lou Grant –l'actor Ed Asner– és redactor cap d'un diari, cosa que serveix d'excusa en cada episodi per a plantejar conflictes reals vinculats a l'actualitat de la societat nord-americana dels anys setanta (a més dels conflictes personals entre els personatges protagonistes). A més, *Lou Grant* va influir en el desvetllament de moltes vocacions periodístiques entre els teleespectadors joves.

Les sèries d'acció també seran més realistes i menys complaents (*Shaft*, *Baretta*, *Els casos de Rockford*, *Starsky i Hutch*).

La dècada dels vuitanta manté aquesta tendència però subratlla l'acostament a la vida quotidiana, amb l'aparició de sèries que gairebé aparenten ser documentals (*Canción triste de Hill Street*, *Hospital*) i de comèdies amb protagonistes que són gent corrent en situacions corrents (*Cheers*, *Family ties*, *Las chicas de oro*, *Bill Cosby*).



La sèrie *Cheers* exemplifica el model triomfant en la ficció americana dels anys vuitanta: una telecomèdia amb uns personatges identificables, familiars (i que conformen un grup cohesionat que "funciona" com si fos una família), en un espai delimitat, amb gags verbals aguts, rèpliques i contrarèpliques ràpides, gags visuals, conflicte sentimental sempre mal resolt entre dos dels protagonistes, etc.



Cheers



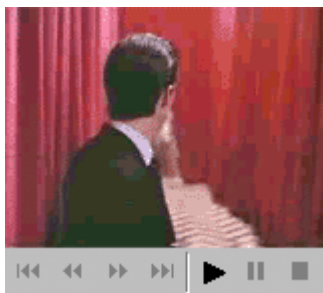
Friends

Compareu aquests fragments de *Cheers* i de *Friends*.

Els noranta recuperaran vells gèneres amb nous estils, des de la comèdia juvenil (*Friends*) fins al misteri (*Expediente X*, que obre una línia de sèries sobre assumptes paranormals), sense oblidar la raresa de la dècada: *Twin Peaks*, en què David Lynch juga amb una retòrica onírica i el llenguatge surrealista dels somnis, i transmet a l'espectador que la realitat està composta pel que es veu i pel que no es veu.



Vegeu un fragment de *Twin Peaks*, una sèrie amb alè poètic, un tomb al gènere de policies i detectius: aquí, en el crim i en la investigació, la realitat va més enllà del que es veu i es toca en la vigília. Els somnis, la imaginació, són un actor més.



Twin Peaks

Els gèneres evolucionen constantment per a adequar-se a les preferències de l'audiència en cada moment, tot i que, com va dir Grant Tinker –prestigiós programador i productor televisiu nord-americà–, "els camins en la popularitat dels programes són estrictament cíclics". En les sèries, els gèneres reapareixen constantment sota formes diferents.

Una màxima àrab diu: "Un home és més fill del seu temps que dels seus pares". El mateix succeeix en una sèrie de televisió.

Un gènere que mai no s'ha deixat d'emetre als Estats Units és el de les sèries d'advocats –la inclinació al plet i als tribunals és part de la cultura americana–, des de *Perry Mason* fins a *La ley de Los Angeles*, passant per l'humor d'*Ally McBeal*.

Com neix una sèrie de televisió

Carlo Sartori ha dit:



"Un programa televisiu americà pot ser considerat tot menys casual, encara que per l'aspecte ho pugui semblar".



No hi ha res menys casual que una sèrie de televisió: és filla d'un procés llarg i complex, un procés costós del qual pot dependre la fortuna o la ruïna d'una cadena de televisió, o de moltes persones al seu entorn.



La consulta del llibre *Programación de las cadenas de televisión en horario de máxima audiencia* (Richard Blum i Richard Lindheim, Madrid: Instituto Oficial de RTV, RTVE, 1989) recorre detalladament tot aquest procés.

Això es dona, especialment, si es tracta d'una cadena privada (com és el cas de les americanes). Per tant, convé deixar a l'atzar com menys coses millor. A grans trets, el procés és el següent:

1. Concepció de la sèrie

- D'on surt la idea per a fer una sèrie de televisió? De qualsevol lloc: d'un somni, de les pàgines dels diaris, d'un llibre, d'una experiència personal, d'un episodi de la història, d'un còmic, d'una pel·lícula, d'una altra sèrie, del caprici d'un alt cap d'una cadena. De fet, la idea és el menys important: el que és important, i difícil, és posar-la en pràctica.



Rastrejeu en les sèries televisives en pantalla l'origen de les idees, la seva connexió amb altres productes culturals.

- Per a desenvolupar una sèrie, serveix qualsevol idea? Ha de complir aquests requisits (criteris d'eficàcia): ser desitjable (pels escenaris, la versemblança, perquè satisfà desitjos i frustracions de la gent); ser serialitzable (per a ser rendible: el que és òptim és que aguantin almenys tres temporades en pantalla); permetre que hi hagi conflicte entre personatges (dos o més).



Estudieu en algunes sèries la idoneïtat de les idees per a satisfer aquests requisits (segons el públic espectador per al qual es van dissenyar, respectivament).

- Cal desenvolupar la idea que s'ha triat. Com? Per escrit, es detallen personatges (1), escenaris (2) i arguments (3). 1. Es descriu el perfil, la biografia, de cadascun dels personatges (per a fer-ho es poden fer servir arquetips, per exemple: tipus bondadós a l'estil de Michael Landon); 2. el mateix amb els escenaris (urbans, rurals, etc.), i 3. arguments: es plasmen diversos paràgrafs amb idees d'arguments. Quan s'ha fet tot això, es presenta a la cadena que desenvoluparà la sèrie.

2. Producció del pilot

Les diferents cadenes americanes segueixen mètodes diversos. L'NBC s'estima més que l'episodi pilot sigui el "pròleg" de la sèrie. La CBS, que sigui un episodi més, dels que anirien al mig. En qualsevol cas, l'episodi ha de situar els personatges en l'entorn, que es vegi com es relacionaran, quins objectius tenen. L'elaboració del guió és un llarg procés d'esborranys per a anar reforçant el ritme, l'enfocament dramàtic, els diàlegs, l'acció visual, la caracterització, etc.

3. Producció de la sèrie

La cadena intervé per a establir prioritats pel que fa a l'elecció dels actors i del director (que als Estats Units no és més que un "gestor" brillant, no té l'aura d'autor que té a Europa), els retocs pertinents del guió, l'elecció de franja horària i d'una data en el calendari per al lliurament dels primers episodis de la sèrie.

La producció de sèries és cabdal per al desenvolupament de la indústria televisiva. A les cadenes nord-americanes, la caiguda d'un punt en la quota de pantalla significa perdre vuitanta milions de dòlars en ingressos publicitaris.



Un cas concret: el difícil origen de la sèrie *Canción triste de Hill Street*. No va seguir els requisits conservadors que se solen seguir per a no arriscar-se massa, però va triomfar (i va generar un estil i una estela d'imitacions). Ho explicava així, als anys noranta, aquest article del setmanari britànic *The Economist*:

Unas cuantas personas en una ciudad de California que debería de llamarse «tierra de los sueños» (*Dreamland*) realizan la mayor parte de la televisión que ven los americanos



Hollywood se lleva la parte del león en los negocios, porque, generalmente, tuvo en el pasado la parte del león. En televisión, nada tiene tanto éxito como el éxito de ayer.

Ninguna cadena se atreve a correr el riesgo de que se le vaya la audiencia. Si se pierde un punto de audiencia –esto es, el 1 por ciento de los hogares con televisión- durante un año, esto significa la pérdida de 80 millones de dólares de ingresos por publicidad. Esto pone nerviosos a los ejecutivos de las cadenas y cuando se ponen nerviosos se hacen conservadores. Así, a menudo, un éxito origina docenas de variaciones e imitaciones. Si un personaje resulta bien en un espectáculo, él o ella, se repite en otros. Así «All in the family» (el espectáculo número uno durante cinco años consecutivos) dio lugar a «The Jeffersons», que dio lugar a «Checking in», «Soap» dio lugar a «Benson», «Happy days» dio lugar a «Laverne and Shirley», «Dallas» dio lugar a «Knots Landing» y «Dinastía» dio lugar a «The Colbys».

La mayor parte de los nuevos programas imitan alguno antiguo, incluso aunque no repitan ningún personaje conocido. Después del éxito, en 1977 de «Loa Angeles de Charley» -que era abundante en carne femenina (T y A, «tetas y culos» en el argot de Dreamland)- (1) todos quisieron realizar programas en las que hubiera abundancia de piernas. Pero es difícil conseguir una buena imitación y que triunfe. Cuando un programa tiene éxito, los productores y las cadenas de emisoras tratan de averiguar las características que lo llevaron al éxito y trasladan los rasgos más destacados a otro programa. A menudo fracasan, lo que da lugar a un monstruo de Frankenstein poco popular en un programa. «The

Dukes of Hazard», una serie infantil tipo comedia de aventuras que presentaba a un grupo de palurdos que se dedicaba al desguace de coches, dio lugar a «The Stockers» sobre dos corredores de coches del Sur. The Stockers pasó sin pena ni gloria, pero tras dos imitaciones de Hazard resultaron bien. El profesor Todd Gitlin, de Berkeley, calificó acertadamente esta táctica de programación como «cultura de la recombinación».

De todas las estrategias conservadoras en materia de programación, la más segura es continuar una serie de episodios de un programa que haya tenido éxito. Gran Bratania es diferente: solamente se realizaron trece episodios de «Fawlty Towers», el programa de John Cleese que tuvo un gran éxito. Para un americano, suspender la producción tras conseguir trece episodios con éxito, es como encontrar petróleo, llenar una taza y marcharse. En la actual temporada americana, solamente 24 de los 63 programas punteros emitidos por las diversas cadenas (exceptuando las noticias, deportes y largometrajes) son auténticamente nuevos. Y ello no se debe solamente a que las cadenas quieren los éxitos probados y constatados que representan los episodios de una serie. Los productores de Dreamland tienen también un gran interés en vender a las cadenas muchos episodios de un solo programa en vez de unos pocos episodios de varios programas (o series). Los grandes beneficios de la distribución masiva solamente se obtienen con series que cuentan al menos con 65 episodios. Ello es debido a que tradicionalmente, «repiten» diariamente su programación: o sea, que emiten cada día a la misma hora un episodio diferente de la misma serie. Por tanto, una programación para trece semanas requiere 65 episodios emitidos de lunes a viernes. Esta es la razón por la que gran parte de la televisión americana presenta un producto que no es novedad.

En general, a los ejecutivos de las cadenas les gusta decir que la forma en la que seleccionan y prueban los programas es menos disparatada que antes. De todas formas, sigue siendo bastante extraña. En conjunto, las cadenas tienen que escuchar anualmente unas 9.000 ideas para nuevas series. De éstas, unas 300 tendrán suficiente interés para que se haga un guión –de muestra-. Más de 200 de estos guiones deberán desecharse y los programas-pilotos habrán de realizarse a partir del resto de los aspirantes. Un programa-piloto de una hora rara vez tiene un coste de realización inferior a los 750.000 dólares y puede superar los tres millones, pero si se encuentra un buen programa vale la pena.

La mayor parte de los programas que se emiten, lo son porque sus programas-piloto han pasado unos tests pseudocientíficos que las cadenas piensan que son una indicación objetiva de lo que la audiencia quiere ver. Hay en juego demasiado dinero para realizar la selección de otra forma. Cada cadena realiza las pruebas de una forma diferente. La CBS escoge a gente de la calle y les enseña el programa-piloto, pidiéndoles que aprieten un botón verde si les gusta lo que están viendo y uno rojo si no les gusta. Después del visionado, los espectadores contestan cuestionarios sobre los personajes y otros aspectos del programa y si lo verían si se llegara a programar (la CBS recientemente ha suprimido este tipo de pruebas para reducir gastos, pero probablemente volverá a realizarlas). Los encuestados por la ABC tienen un interruptor con cinco posiciones: desde «muy aburrido» hasta «muy bueno». Tienen también un cuestionario más amplio. La NBC introduce sus programas-piloto en canales de cable que no se estén usando y telefona a algunos suscriptores del sistema por cable invitándoles a que lo contemplen. Después se les entrevista por teléfono.

Los jefes de programación, a veces, no hacen caso de estas pruebas si creen en un programa-piloto (o si no les gusta). Por supuesto, existen ejemplos de programas-piloto desastrosos que se convirtieron en programas de gran audiencia y a la inversa. Pero la realización de pruebas o tests con los programas-piloto nunca se han puesto seriamente en entredicho. El «concepto» de un programa se comprueba también con un cuestionario: ¿le interesaría a usted un programa sobre un monstruo peludo procedente del espacio, cuya nave espacial se estrella contra el tejado de una casa de los suburbios y se convierte en el perro de la familia? Parece ser que la respuesta a esta pregunta –según la programación de otoño de la NBC- fue que «sí». El programa está realizado por Lorimar-Telepictures, el realizador de Dallas, y se llama ALF (Alien Life Form, forma de vida alienígena). Los títulos también son tanteados mediante llamadas telefónicas. Si no hubiese sido así, «Dinastía» se hubiese llamado «Petróleo». Sin embargo, es poco probable que «In Search of the Wow Wow Wibble Woggle Wazzie Woodle Woo» (una nueva serie para niños) haya tomado su nombre en base a una encuesta telefónica.

En cada fase de la concepción, guión y producción, los ejecutivos de las cadenas están en contacto constante con Dreamland. Una vez estudiadas las reacciones del público en relación con los episodios ya emitidos de un programa, quieren decir algo también en relación con los episodios futuros. Dos normas fundamentales guían cada fase del proceso. Una: no molestar al espectador, los anunciantes no quieren que el molestar o la reprobación irrumpen en su jabón en escamas. Segunda: tratar de atraer el mayor número posible de gente, evitando que nadie se quede fuera. Si los encargados de la programación pudiesen medir las preferencias del perro de la familia, lo harían.

Siete, dos más o menos

Si usted quiere ver como todo esto afecta a la forma en que se realizan los sueños en Dreamland, basta ver el origen traumático de una excepción. Al igual que «All in the family» -una imitación de un programa británico- diez años antes, Hill Street Blues, hizo tambalear un molde, aunque sin llegarlo a romper. Lo

hizo con un tratamiento de las narraciones y un desarrollo de los personajes que los expertos de televisión decían que era imposible. Los primeros tiempos de Hill Street Blues fueron analizados por el profesor Gitlin de quien se han tomado estos datos.

En 1980, el presidente de la NBC pidió a dos productores de Dreamland, Michael Kozoll y Steven Bochco que idearan un programa policial centrado en la vida privada de los policías. Podían escribir y filmar lo que quisiesen. He aquí algunas de las cosas que hicieron que los guiones fueran diferentes:

- Iba a tener un ritmo trepidante, un ambiente de crisis sin descanso y –lo peor de todo- no menos de trece personajes principales. Esto parecía una broma, especialmente si se tiene en cuenta que uno de ellos era:
- El comandante en jefe, capitán Frank Furillo, un exalcohólico rehabilitado que sabía que nunca iba a eliminar el crimen. No era un liberal de los años 60 porque se había dado cuenta de que los problemas de los barrios antiguos de la ciudad eran insolubles; pero tampoco era conservador. Ciertamente, el programa exhibía una parodia de Rambo el conservador en la persona del teniente Howard Hunter que intentaba resolver todo a base de un bien provisto arsenal de armas pesadas y algo de ciencias sociales sobre conducta. Furillo tiene también relación con:
- El abogado Joyce Davenport que era «sexy» (lo que está bien) e inteligente (está bien pero no encaja en lo de «sexy»).
- La música del programa fue eliminada. De forma extraña no se utilizó para conmover a la audiencia cuando subía la tensión o para marcar los cambios de ritmo. El género del programa era una mezcla inclasificable de drama, melodrama y comedia de los absurdos; es más, algunos de los casos secundarios no se resolvían nunca.
- Quizá lo peor de todo –para los veteranos realizadores de TV- es que cada episodio de Hill Street Blues contenía demasiadas líneas argumentales. Lo cierto es que, nerviosos, los ejecutivos de las cadenas intentaron una especie de investigación psicológica para averiguar cuántas tramas diferentes podía seguir a la vez el espectador medio. La respuesta fue mucho más alta de lo esperado: siete más menos dos. Quizá aguantaron los espectadores.

«Hill Street» no pasó con éxito la encuesta pública

Los programas-piloto de Hill Street Blues obtuvieron pésimos resultados en las pruebas previas. Los «cobayas» estaban desconcertados, embarullados y desplazados. En esta fase debía de haberse acabado todo, pero la NBC decidió seguir adelante. A fin de cuentas «All my family» realizada también por MTM había resultado un desastre en los estudios previos. Blues apareció en antena en enero de 1981. Los críticos le dedicaron mucho espacio. El público lo odiaba. Pero la NBC continuó el juego y renació la serie por una segunda media temporada de trece semanas.

Una vez más, había un precedente. M.A.S.H., una comedia sobre la guerra de Corea que duró casi tres veces más que la propia guerra, fracasó en su primera presentación en 1972. Sin embargo, iba a alcanzar la mayor audiencia nunca habida en América –60 por ciento de los hogares- en su último episodio en 1983. Vinieron después los premios Emmy –los «Oscar» de TV- y Hill Street Blues obtuvo 12 nominaciones y ocho premios. La gente la empezó a ver para intentar comprender de qué iba todo aquel embrollo y se convirtió en un éxito.

Tan pronto como la NBC olió el éxito, se pusieron en marcha una serie de antiguos reflejos. ¿Podría cambiarse un poco Blues para conseguir una audiencia más amplia? MTM estaba sometida a presión para conseguir un producto de consumo masivo y comenzó a alterar la esencia de los capítulos con vistas a una posible venta colectiva. Muy pronto Hill Street Blues empezó a tener menos tramas y menos complicadas; empezó a haber más acciones de tiros y de neumáticos chirriantes. Los personajes siguieron siendo los mismos, pero la serie cambió. En palabras de Kozoll: «hacer una serie de TV es como educar a un niño retrasado mental... hay tantas cosas que tiene que aprender... que nunca lo conseguirá».

(1) Tits and Ass.

Aquesta gran responsabilitat fa molt conservadors els executius de les cadenes, que tendeixen a apostar per sèries que n'imiten d'altres que ja han tingut un èxit comprovat. Per això hi sol haver èpoques en què moltes sèries mantenen entre si cert aire de família... fins que algú s'arrisca i aposta per una cosa diferent. Si aquesta aposta fracassa, tot continua igual. Si l'aposta triomfa, comença el cicle: una estela d'imitacions.

La telecomèdia

Entre les telesèries, un gènere que va ser pioner i que avui continua vigent és el de la telecomèdia. De les sèries de televisió, la telecomèdia és l'exponent més clar i directe de l'herència teatral del mitjà. De fet, també s'anomena *sitcom* (és a dir, 'comèdia de situació'), perquè és com una breu peça de teatre entorn d'una situació.



Exemples de telecomèdies
<i>I love Lucy</i> (1951)
<i>Dick Van Dike show</i> (1961)
<i>Embruixada</i> (1964)
<i>La familia Monster</i> (1964)
<i>Superagent 86</i> (1965)
<i>The Monkees</i> (1966)
<i>La chica de la tele</i> (1970)
<i>Mash</i> (1972)
<i>Enredo</i> (1977)
<i>Taxi</i> (1978)
<i>Ràdio Cincinatti</i> (1978)
<i>Vacaciones en el mar</i> (1978)
<i>Benson</i> (1979)
<i>Cheers</i> (1982)
<i>Bill Cosby</i> (1984)
<i>Las chicas de oro</i> (1986)
<i>Murphy Brown</i> (1987)
Anys noranta: <i>Roseanne</i> , <i>Friends</i>

Els trets comuns característics de les telecomèdia són els següents:

- Peça teatral: la situació i els personatges se solen desenvolupar en un espai fix i frontal, davant dels ulls del telespectador, com si fos un espectador de teatre.
- Realització senzilla, funcional, amb més plans generals i mitjans, i amb primers plans escassos.
- L'acció sol transcórrer en interiors, amb un parell d'escenaris decorats.
- Hi ha més diàleg que acció física. La narració se sosté en els diàlegs entre personatges. Diàlegs ràpids, amb rèpliques i contrarèpliques enginyoses, amb profusió de gags verbals, i també amb alguns gags visuals.
- Humor. L'objectiu és que l'espectador passi una estona agradable i somrigui o rigui. El desenllaç és amable.
- Un capítol de telecomèdia (originàriament, de mitja hora) és autoconclusiu: conté l'exposició, el nus i el desenllaç d'una situació. És a dir, es pot veure un capítol aïllat sense necessitat de veure els anteriors, encara que els personatges siguin els mateixos en tots.
- Hi ha pocs personatges protagonistes, de manera que l'espectador s'hi familiaritzi ràpidament i s'identifiqui amb els tics de cadascun.
- L'arrencada de cada capítol ha de ser un gag divertit, que sedueixi l'espectador d'entrada.



La història de la telecomèdia és com un registre audiovisual del que ha fet riure cada generació de telespectadors, i de les fronteres fins on són capaços d'arribar la sàtira i el sarcasme en cada moment. Entre el dolçot i encaramel·lat humor d'*Embruixada* i el vidriòlic i àcid de *Roseanne* no hi ha solament trenta anys, sinó dos models de família radicalment diferents (beatífic/conflictiu), canvis socials (benestar/precarietat) i actituds vitals molt diferents (optimisme-ingenuïtat / escepticisme-cinisme).

La minisèrie i el fulletó

Entre les sèries televisives hi ha dos gèneres, que representen l'herència literària i radiofònica, respectivament:

El fulletó (o serial)

Recull en televisió l'herència del fulletó radiofònic o *soap opera* ("obres del sabó", per estar patrocinades per marques de detergents). Són sèries de molts episodis, oberts a continus canvis en els rols dels personatges i en les situacions (telenovel·la oberta): és una narració construïda com un *mecano*.

Dallas (1978), *Flamingo Road* (1980), *Dinastia* (1981), *Los Colby* i *Falcon Crest* són els prototips de fulletó.



Durant més de deu anys *Dallas* va fer servir tots els recursos del fulletó: parentius dubtosos, odis i rancúnies entre personatges, passions desenfrenades, competència entre dues sagues familiars, conflictes passionals i sentimentals. El seu protagonista, JR, el prototip de "malvat", podrà passar durant una temporada a exercir la funció de "bo-víctima". I fins i tot una llarga tanda de capítols es podia acabar revelant com el somni d'algun dels personatges.

Els guionistes –segons l'acceptació dels espectadors– poden desenvolupar unes situacions i posar fi a d'altres, eliminar un personatge per a potenciar-ne un altre, i fins i tot matar-ne un per a després ressuscitar-lo fent servir l'estratègia que tot havia estat un somni d'un altre personatge (*Dallas*) o fent que un personatge sigui segrestat per una nau extraterrestre (*Falcon Crest*). L'espectador ho tolera tot, perquè la versemblança queda suspesa a favor de l'embolic i del conflicte entre personatges.

Hi ha característiques comunes a gairebé tots els fulletons: hi sol haver dues sagues familiars enfrontades i passions amoroses conflictives, filiacions dubtoses, paternitats sorpresa, falses identitats, enfrontaments per amor i per diners.

L'acció es va construir com un trencaclosques d'arguments, és un creixement orgànic (en totes direccions), i la realització és simplement funcional.

La minisèrie

Presenta, en canvi, un creixement lineal, narra una sola història, amb exposició, desenvolupament i desenllaç (hi pot haver arguments paral·lels, però tots convergeixen cap a un final comú), encara que es narri en diversos capítols. Poden ser 13, 26 o més capítols, però en qualsevol cas és un nombre de capítols predeterminat, establert en un guió conegut per endavant per tots: actors, realitzadors i espectadors.

Així, doncs, cada personatge té un perfil biogràfic ben fixat i definit, cosa que permet a l'actor de penetrar més psicològicament en el seu personatge. Cada minisèrie té una estètica predissenyada, molt marcada, que juga a favor de la història que s'explica (igual que la música, la il·luminació, les atmosferes, etc.). La realització, per tant, té una funció "poètica", no merament funcional.

El gènere comença amb l'adaptació d'una novel·la d'Irwin Shaw per a televisió: *Hombre rico, hombre pobre* (1975), i, després, d'un altre llibre d'Alex Halley, *Raíces* (1977). Curiosament, l'èxit televisiu d'aquestes adaptacions farà tan populars les obres originals que motivarà els autors a escriure'n segones parts, continuacions.

Europa, per la seva extensa tradició literària, començarà a adaptar novel·les per a televisió, i el gènere de la minisèrie arrelarà amb èxit a les televisions europees en els anys vuitanta i noranta. Els britànics l'executaran amb particular mestria, en especial pel que fa a la interpretació, gràcies a la tradició shakesperiana dels actors. Així, la minisèrie *Retorn a Brideshead* (1981) està considerada per la crítica com la millor sèrie de televisió de la història.



Vegeu el fragment del capítol 2 de *Retorn a Brideshead*: lent traveling semicircular al voltant dels protagonistes bevent copes de vi, escena que il·lustra el nexa d'amistat entre ells, i que transmet l'atmosfera d'exquisit aïllament i decadència d'aquesta família.



Retorn a Brideshead

Minisèrie de tretze capítols de cinquanta minuts cadascun. Producció britànica de la GranadaTV. Basada en la novel·la *Brideshead revisited* d'Evelyn Waugh, escriptor anglès que es va convertir al catolicisme (en un país protestant com Anglaterra).

Aquesta minisèrie és un exemple d'adaptació literària, un exemple de bona literatura transmutada en una excel·lent obra audiovisual.

Retrata la decadència d'una vella família aristocràtica britànica, catòlica, mitjançant el personatge de Sebastian (Anthony Andrews), i narrada pel seu amic Charles (Jeremy Irons), de la burgesia mitjana. L'acció se centra en el període d'entreguerres, en què tot un univers de velles formes és a punt de desaparèixer. Tota la sèrie és un enorme salt enrere: Charles relata tot el que ha viscut a Brideshead, la propietat de la família de Sebastian, a partir de l'estiu del 1923.

El catolicisme de la família els converteix en una raresa en un país protestant, amb consciència de minoria. L'estil barroc (propi del catolicisme davant el protestantisme) es reflecteix en l'arquitectura, els ambients i la música de la sèrie. Un portent de sensibilitat estètica i narrativa.

Directors: Charles Sturridge i Michael Lindsay-Hog.

Música: Geoffrey Burgon

Guió: John Mortimer

El culebró

El culebró és la visió sud-americana del fulletó (i, per tant, en la línia de la *soap opera* radiofònica, lacrimògena i sentimental, al seu torn hereva de les novel·les per entregues dels diaris, i també dels romanços de cec). Els arguments característics del fulletó nord-americà –passions, ambicions, pugnes, odis, sagues enfrontades, filiacions dubtoses– es mostren en pantalla amb la identitat cultural pròpia de les societats dels països sud-americans.



L'origen del terme *culebró* és fosc. A Veneçuela i als països d'origen del gènere s'entén com a pejoratiu.

Segons alguns autors, el terme *culebró* fa referència a l'estructura narrativa d'aquest tipus de serial, que es prolonga serpentinament durant molts episodis, amb alts i baixos (clímax i valls), com en una línia ondulada, evocadora de la imatge d'una serp.

Per a d'altres, va ser a Veneçuela on es va començar a dir de qui s'havia "enganxat" a un d'aquests serials que "li ha picat la colobra", ha estat inoculat pel seu verí, del qual s'ha fet dependent.

Els dos països que van explotar primer el format de culebró van ser Mèxic i el Brasil. De fet, ho van començar a fer d'una manera paral·lela als Estats Units, fins a arribar a competir-hi en els mercats internacionals durant els anys vuitanta (i al mateix mercat interior nord-americà, per mitjà dels canals hispans). Malgrat els trets comuns, es perceben diferències entre l'esquema mexicà i el brasiler de culebró:

	Mèxic	Brasil
Classes socials	oligarquies, mitjanes altes	interclassisme
Races	blancs (criolls)	interracialitat
Moral	pudor	sensualitat
Realització	esquemàtica, fixa	factura més complexa
Escenografia	decorats, interiors	exterior i interiors
To	lacrimogen, melodramàtic	irònic, relaxat

El culebró mexicà és més de cartó pedra (*Los ricos también lloran*), i es grava amb gran celeritat, sense deixar als actors gaire temps d'aprofundir en els personatges. Sovint un apuntador els refresca els diàlegs per un auricular dissimulat a l'oïda. En canvi, el serial brasiler (*Dancing Days*) té més ambició estètica i fa gala de desinhibició tropical, sensualitat, alegria i, fins i tot, d'un humor burlesc i autoparòdic.

Fora d'això, els conflictes de sang, genealogia i parentiu són comuns, i també les rivalitats sexuals i econòmiques.

Per què interessen a tanta gent, aquests arguments? Probablement apel·len a pulsions universals, lligades a conflictes emocionals molt profunds, els mateixos que afloren en els contes populars de fades, princeses i captaires, caputxetes seduïdes i enganyades, llops libidinosos i cruels, fills secrets, la justícia del destí, etc.

No és estrany sentir un seguidor de serials dient: "És que tot el que hi surt és real com la mateixa vida". Probablement és un gènere en què es juga amb la transferència de sentiments per part de l'espectador cap als personatges, amb la identificació.

L'èxit del culebró traspasa les fronteres dels països d'origen, i ja s'han exportat a tot el món. S'ha parlat, doncs, d'un "imperialisme televisiu tercermundista". A la producció de Mèxic i el Brasil s'hi ha afegit la de Veneçuela, amb un culebró a mig camí entre tots dos models.



Imatge de *Cristal*, culebró veneçolà

"El culebró és *hortera* o no és", s'ha dit. L'èxit d'aquest gènere entre el públic espanyol –TVE el va programar a partir del 1990 per a competir amb les noves televisions privades– va inspirar productores i cadenes espanyoles a produir els seus propis culebrons, els quals va apartar de l'univers cultural sud-americà per a adaptar-los a les realitats locals, tot i que mantenint sempre certs arquetips bàsics.



El sexe del culebró

El públic del culebró és majoritàriament femení. Per què? Assumpta Roura mira de respondre aquesta qüestió en el llibre *Telenovelas, pasiones de mujer. El sexo del culebrón* (Barcelona: Gedisa, 1993). Per a Roura, part del èxit del culebró està en la necessitat femenina de compartir emocions. Una societat que inhibeix aquest desig, com la nostra, troba en el serial l'espai catàrtic en què realitzar aquest desig inhibit (de la mateixa manera que els homes el trobarien en esports com el futbol o els productes pornogràfics).

La telenovel·la, per aquesta raó, accentua les diferències entre sexes i reforça els prototips d'home i dona, físics i emocionals: se centra en els sentiments, la maternitat, la submissió a l'home, és a dir, en tot el que canònicament es considera femení. Una caricatura que també s'estén als arquetips de bé –la bona– i de mal –la dolenta–, a més de l'home trofeu.

El culebró té alguna cosa de pornografia femenina: excerba en la dona emocions, passions específiques. L'espectadora viu intensament, des de l'aparador, sense riscos, el que avui és més difícil de viure en la vida real.



Activitat 4

- Veure algun culebró en emissió i analitzar-hi la presència de determinats patrons estètics, visuals, argumentals, referències culturals, herències d'altres gèneres televisius, etc.
 - També es poden comparar dos culebrons diferents entre si, o estudiar com un culebró local reflecteix usos socials, transmet patrons de comportament, etc.
-

La societat global: comunicació i espectacle



Retransmissió de la CNN del col·lapse de les Torres Bessones

Objectius

- Entendre les implicacions planetàries de la televisió.
- Revisar els arguments optimistes i pessimistes sobre la influència social de la televisió.
- Analitzar críticament el relat informatiu dels mitjans de masses.
- Reflexionar sobre la dialèctica entre cultura impresa i cultura audiovisual i les seves derivacions.
- Debatre sobre les implicacions de la televisió i Internet a la societat de la informació.

Planificació

Mòdul 5: La societat global: comunicació i espectacle				
Títol apartats	Objectius	Nuclis de coneixement o subapartats	Activitats	Temps
La televisió, protagonista	Revisar els arguments optimistes i pessimistes sobre la influència social de la televisió.	Refranyer televisiu Apocalíptics i integrats La "teleescombraries", què és? Digue'm què veus i et diré qui ets "Telerealitat": <i>Gran Hermano</i> i <i>Operación Triunfo</i>	Veure vídeo de Pierre Bordieu, inventariar-ne les crítiques a la televisió i sotmetre-les a crítica.	4 h 30 min
Informació i espectacle	Analitzar críticament el relat informatiu dels mitjans de masses.	Els primers noticiaris Amb presentador, sense presentador La notícia en directe: la CNN El relat informatiu L'altre costat: Al-Jazira Docudrama i <i>reality</i>	Analitzar les caràtules d'informatius. Analitzar fites informatives de la CNN.	4 h
Televisió i cultura global	Entendre les implicacions planetàries de la televisió.	Saltant-se les fronteres Global contra local Telepolítica: que guanyi el millor Cossos catòdics Sang a la pantalla La publicitat televisada El comandament mana: el zàping	Desgranar els valors ètics i estètics i els models socials continguts en algun espot de TV.	6 h
Imatges contra lletra impresa: desafiament final?	Reflexionar sobre la dialèctica entre cultura impresa i cultura audiovisual i les seves derivacions.	Xiclet per als ulls Humanitat lectora, humanitat teledivent <i>Homo videns</i> : una nova espècie?	Inventariar arguments a favor i en contra de la cultura audiovisual i impresa esgrimits per Postman i Paglia.	5 h
El món en xarxa	Debatre sobre les implicacions de la televisió i Internet a la societat de la informació.	Televisió i Internet La cibercultura La cibercultura i el coneixement I després d'Internet, què? Feina, plaer, joc: tot és virtual	Rastrear els usos que la TV fa dels recursos d'Internet.	3 h
				Total: 22 h 30 min

Introducció

On se situen les fronteres entre el relat informatiu i el publicitari? Quines distàncies hi ha entre comunicació i informació? On s'acaba la informació i comença l'espectacle? El telenotícies és un relat. Un relat que descansa sobre la promesa –il·lusòria– que el món és de vidre i que tot es pot veure. En realitat això passa molt de tant en tant i, quan succeeix, el telenotícies entra en trànsit.

La televisió, protagonista

Refranyer televisiu

La televisió, en els seus setanta anys d'existència, ha abocat al món trilions d'imatges. Alhora, la televisió ha provocat trilions de paraules: reflexions de filòsofs, historiadors, comunicòlegs, polítics, sociòlegs i periodistes que han escrit sobre la televisió (i ho continuen fent). (Com, des de fa poc, sobre Internet.)



El paper de la televisió a la societat contemporània justifica aquells rius de tinta: la televisió ha induït modes, accelerat canvis socials i polítics, modelat el món (Internet, encara no!).



La televisió, en un aspecte o un altre, té un lloc en la vida de milions de persones. Per això tots tenim alguna cosa a dir sobre la televisió, gairebé com tenim sempre una cosa a dir sobre la salut física o l'estat d'ànim. És per això que sempre s'acaba al·ludint la televisió en qualsevol conflicte social: **la televisió és protagonista principal de la vida social.**

Una mostra d'això són les frases que segueixen, una antologia de pensaments que atribueixen a la televisió tots els papers de l'**obra social**...



1. "Els matrimonis joves no s'imaginarien el que deuen a la televisió. Antigament, s'havia de conversar amb el cònjuge" (Isidoro Loi, escriptor italià nascut el 1927).
2. "Es comença censurant la televisió i s'acaba pels poemes. Els espectadors són els únics que tenen capacitat per distingir la palla del blat" (E. Haro Tecglen, periodista espanyol nascut el 1924).
3. "La televisió a Espanya és una dictadura de la incultura i de la degradació. Si segueix així, estem abocats al suïcidi" (Joaquín Leguina, polític espanyol nascut el 1945).
4. "Avui la *intelligentsia* ha declarat la guerra a la televisió. Però és, alhora, el millor i el pitjor del món, i depèn de l'usuari no deixar-se amoïnar pel que cau de l'èter" (Alejo Carpentier, escriptor cubà, 1904-1980).
5. "La televisió serà la base de l'opinió pública. Ha creat un món esquizofrènic en què entre l'individu i la globalitat no hi ha res" (Alain Touraine, sociòleg francès nascut l'any 1933).
6. "Sis, vuit milions d'espectadors... Xifres amb les quals mai no va poder somiar cap director teatral o novel·lista, i menys encara Èsquil, Sòfocles o Eurípides! (Fernando Fernán-Gómez, actor, director i escriptor espanyol nascut el 1921).
7. "La petita pantalla és la barraca de fira on el poble ve a veure les meravelles del món" (Casimires Brandys, escriptor polonès nascut el 1916).
8. "Vivim a l'era de la televisió. Una sola imatge d'una infermera maca ajudant a un vell a sortir d'una sala diu més que totes les estadístiques sanitàries" (Margaret Thatcher, ex primera ministra britànica, nascuda el 1925).
9. "La televisió ha acabat amb el cinema, el teatre, les tertúlies i la lectura. Ara, tants canals acaben amb la unitat familiar" (Antonio Mingote, dibuixant i humorista espanyol nascut el 1919).
10. "Si vol ser president, no perdi el temps: agafi un vídeo i practiqui durant hores per augmentar el seu atractiu televisiu" (John Anderson, comunicòleg dels Estats Units nascut el 1943).

11. "La televisió és la violació de les multituds" (Jean-François Revel, pensador francès nascut el 1924).
 12. "Molt aviat la televisió, per tal d'exercir la seva influència sobirana, recorrerà en tots els sentits tota la maquinària i tot l'enrenou de les relacions humanes" (Martín Heidegger, filòsof alemany, 1889-1976).
 13. "La televisió és el mirall on es reflecteix la derrota de tot el nostre sistema cultural" (Federico Fellini, cineasta italià, 1920-1993).
 14. "Jo crec que porto uns 20 anys odiant i estimant la televisió. Les èpoques de la nostra vida es poden fixar en el record depenent dels programes de la tele" (Roger Wolfe, escriptor britànic nascut el 1948).
 15. "La televisió ens dóna temes per pensar, però no ens dóna temps per fer-ho" (Gilbet Cesbron, escriptor francès, 1915-1979).
 16. "El comandament a distància torna el poder als pares" (Bill Clinton, expresident dels Estats Units nascut el 1946).
 17. "Per què necessitem aquell aparell de vistes sicalíptiques?" (Winston Churchill, polític anglès, 1874-1965).
 18. "La televisió va trencar el confort de les sales d'estar amb la brutalitat de la guerra. És allà on es va perdre la guerra del Vietnam, no als camps de batalla" (Marshall McLuhan, comunicòleg canadenc, 1911-1980).
 19. "Espanyollet que véns al món, et guardi Déu!: un dels dos canals ha de gelar-te el cor" (Joaquín Sabina, cantautor espanyol nascut el 1949).
 20. "On funciona un televisor hi ha algú que no està llegint" (John Irving, escriptor dels Estats Units nascut el 1942).
 21. "El problema és que la televisió amalgama i converteixen en pols informe la realitat, la ficció, allò que és fonamental, secundari, el divertiment i la reflexió" (Jean Renoir, cineasta francès, 1894-1979).
 22. "La televisió és una filla del cinema que ha sortit dissipada i amb mals costums" (Ramón J. Sender, escriptor espanyol, 1902-1982).
 23. "Si de sobte s'avariessin tots els televisors del món, no hi hauria escales per a mesurar els sismes submarins d'avorriment" (Manuel Campo Vidal, periodista espanyol nascut el 1951).
 24. "Deia Aberti: 'Vaig néixer amb el cinema, perdoneu-me'. Després molts hem hagut de dir: 'Vaig néixer amb la televisió, perdoneu-me'" (Víctor-M. Amela, periodista nascut el 1960).
-

La televisió com a mirall social:



1. "Modestament, la tele no és culpable de res. És un mirall en el qual ens mirem tots, i en mirar-nos ens hi reflectim" (Jaime de Armiñán, escriptor i cineasta espanyol nascut el 1935).
 2. "Quan viatjo per Europa passo bastant de temps a l'habitació de l'hotel, repassant la cultura local per mitjà dels programes de televisió" (Barbara Probst Solomon, escriptora dels Estats Units nascuda el 1924).
 3. "No seria estrany que la imatge del món que la televisió ens presenta no fos sinó un reflex dels interessos dels mateixos venedors, els compradors i el producte en qüestió" (Noam Chomsky, lingüista i pensador dels Estats Units nascut el 1928).
 4. "La televisió se'ns apareix com quelcom semblant a l'energia nuclear. Totes dues coses només es poden canalitzar a base de clares decisions culturals i morals" (Umberto Eco, semiòleg i escriptor italià nascut el 1932).
-



Verbalitzeu les vostres reflexions sobre la televisió, sobre el seu pes a la vida de les persones del vostre entorn (i de la vostra en particular) i, finalment, sobre el paper com a actor a la societat de masses.

Apocalíptics i integrats

Apocalípticos e integrados és el títol d'una obra d'**Umberto Eco** que ha fet història. Eco radiografiava la cultura de masses (el llibre és de l'any 1964) i retratava una doble actitud: la dels que anomena *apocalíptics* (per a qui la cultura de masses és una "anticultura", una degradació de la cultura "ben entesa") i la dels que anomena *integrats* (que veuen en la cultura de masses una generalització cultural, una democratització).



És recomanable la lectura de l'última part del llibre *Apocalípticos e integrados* d'Eco (1995, Barcelona: editorial Lumen, Tusquets editores, pàg. 302-363).

Des d'aquell moment, les etiquetes d'*apocalíptics* i *integrats* són d'ús comú en l'àmbit acadèmic i popular per a assenyalar dues actituds oposades davant la cultura de masses i els mitjans de comunicació. Al seu llibre, Eco s'atura a reflexionar sobre els còmics, músiques i cançons populars, la ràdio, la televisió... El propòsit d'aquestes reflexions, a més de divertir-se, és aquest: "Para que no llegue un día en que digamos con sencillez, sin ni siquiera darnos cuenta del alcance de semejante afirmación, lo que escribió una espectadora: 'No me gusta esta televisión, que a menudo es aburrida, por no decir algo peor, y que me obliga a permanecer pegada ante la pantalla horas y horas, mientras tengo muchas otras cosas que hacer'."

Per a rebaixar el protagonisme del mitjà televisiu, s'alçarà a Europa la veu del sociòleg francès **Pierre Bordieu** (mort recentment), que bé es pot qualificar com a "apocalíptic" dels anys noranta davant la televisió. D'altres estudiosos, en canvi, com l'anglès **John Hartley**, expressen posicions "integrades":



"Mi propio punto de vista es que los ciudadanos de los medios de comunicación siguen siendo ciudadanos de la modernidad, y los derechos conseguidos con esfuerzo desde la Ilustración no están amenazados, sino que son más bien ampliados".

Hartley, John (2000). *Los usos de la televisión*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Per a Bordieu, en canvi, **la televisió no pot ser un mitjà per a la lliure expressió de les persones**: per limitacions del temps, per les condicions que s'imposa als qui hi acudeixen, per l'estructura del mitjà, per la pressió dels anunciants, per la pressió dels amos del canal o del govern que aporta les subvencions. Per això, per a Bordieu, **la televisió és un instrument de manteniment de l'ordre simbòlic**.



"Lucho para que lo que hubiera podido ser un extraordinario instrumento de democracia directa no acabe siéndolo de opresión simbólica", ha escrit a *Sobre la televisión* (1997, Barcelona: Anagrama), obra que bé es podria haver titulat *Contra la televisión*.

Bordieu critica que, essent la televisió el mitjà pel qual la majoria de les persones s'informa, les informacions que solen oferir els noticiaris són irrellevants i distreuen dels assumptes de fons:



"la televisión puede, paradójicamente, ocultar mostrando: lo hace cuando muestra algo distinto de lo que tenía que mostrar si hiciera lo que se supone que debe hacer, es decir, informar".

En aquest sentit, Bordieu critica que la televisió s'inclina a **generar realitats més que a reflectir-les** i, en fer això, s'allunya d'un ideal de mitjà de masses democràtic:



"vamos cada vez más hacia universos en que el mundo social está descrito-prescrito por la televisión. [...] La televisión posee una especie de monopolio de hecho sobre la formación de las mentes" de bona part de la població, escriu Bordieu, i denuncia que no s'aprofiti el mitjà per a "las noticias pertinentes que debería conocer el ciudadano para ejercer sus derechos democráticos".

Però, quines són les "notícies pertinents"...?

Per a Bordieu, la televisió, en lliurar-se al dictat de les audiències –comercials, de mercat, d'economia– actua en matèria de cultura de la mateixa manera que fan els polítics que es deixen guiar per sondejos i exerciten la demagògia en matèria política.



Activitat 1

Vegeu el vídeo amb l'entrevista a Pierre Bordieu a l'espai *Música per a camaleons* (Canal 33), on el sociòleg francès s'esplaia en reflexions apocalíptiques sobre diversos efectes perniciosos de la televisió en la societat (durada: 33 minuts).



- Quins arguments esgrimeix Bordieu en la seva crítica? Enumereu totes aquestes crítiques i sotmeteu-les, a la vegada, al vostre judici crític. Després, poseu en comú les conclusions de cada estudiant i comenceu el debat.

D'altres d'estudiosos, en canvi, han valorat la televisió com un mitjà conformador de la modernitat.



Escriu Hartley a *Los usos de la televisión* (pàgina 58):



"Ahora, los estudios sobre la televisión son una especie de práctica participativa, una filosofía cordial. Los tiempos han cambiado, los estudiantes no necesitan ser alertados acerca de conspiraciones colonizadoras de los magnates de los medios de comunicación, **necesitan ser animados para que investiguen y busquen información, propósitos internos y comprensión.**"



Així, per a John Hartley, tots els prejudicis esgrimits contra la televisió són, en realitat, una versió dels prejudicis que l'"alta cultura" manifestava ja contra la "cultura popular" des d'abans de l'aparició de la televisió.

Hartley manté que la televisió pot ser útil per a l'educació de les masses, sempre que s'ensenyi a l'audiència com utilitzar el mitjà, i cita a Eco: "Si quieres utilizar la televisión para enseñar algo a alguien, primero tienes que enseñarle a ese alguien cómo usar la televisión".

Los usos de la televisión (2000).

Hartley planteja una visió "adulta" de l'audiència: "Per a quin tipus de destinatari s'ha creat el discurs televisiu?", es pregunta, i respon que ni per a l'estudiant (no és la tele un mitjà d'ensenyament) ni per al consumidor (no és tampoc únicament un instrument de persuasió), sinó per a "l'audiència", conformada per ciutadans pensadors amb particulars formes de viure, ciutadans que conviuen (convivim) quotidianament amb els mitjans i que hem integrat la televisió en les pràctiques de la nostra vida diària, fet que no representa cap amenaça per al pensament humà, sinó al contrari: una oportunitat per a estendre els drets proclamats per la Il·lustració per a tot el món.



Tots, gràcies a la televisió, som ciutadans per igual, conclou Hartley.



La "teleescombraries", què és?

La següent qüestió, encara no resolta, això és motiu de controvèrsia social:



Què és "teleescombraries" i què no ho és? Per què? On és la frontera?



El concepte "televisió escombraries" és d'ús comú en el debat social entorn de la televisió. Amb aquest es vol assenyalar qualsevol emissió televisiva de **poca alçada estètica i /o ètica, ofensiva al bon gust, poc edificant moralment... Conceptes difícils d'objectivar** (excepte en els casos en què s'incorre a l'apologia del delictes, en els quals el barem objectiu és el Codi penal).

El que és cert és que el concepte "escombraries" és recurrent: hi ha escombraries domèstiques (les d'un sol ús), però també escombraries còsmiques, literatura escombraries, menjar escombraries... És a dir, s'estableix una jerarquia valorativa en la qual, en algun punt, es traça la frontera entre el que és "elevat" (net, pur, sa) i el que és "baix" (escombraries, detritus).

Per a algunes filosofies, tot el món visible era "escombraries", corrompible, creació de Satanàs... Per a d'altres, la natura seria tot allò net, pur, i la cultura seria la corrupció, el que és brut... Per a d'altres, en canvi, la cultura seria la destil·lació del millor, les antiescombraries...



Determineu –per grups o individualment– una definició de "teleescombraries", amb uns criteris precisos, i partint d'aquests criteris, elaboreu un llistat de programes actualment en antena conceptuals com a "teleescombraries". Compareu després els diferents llistats (i els criteris) resultants dels diferents treballs.

El filòsof espanyol **Gustavo Bueno** s'ha aplicat amb rigor a l'anàlisi del concepte "teleescombraries", del qual irònicament diu que és, al seu torn, un "concepte escombraries", ja que difícilment aquells que l'empren saben precisar a què es refereixen.

Tanmateix, sense haver descrit encara la naturalesa de la "teleescombraries", Bueno creu poder distingir entre:

- **"teleescombraries fabricada"**: seria la que té el seu origen en el procés de producció de programes –voluntàriament o involuntàriament–, per a atreure audiències, per a satisfer les masses (propòsit que fa que el que fabrica "teleescombraries" es consideri a ell mateix "diferent", net).
- **"teleescombraries desvetllada"**: és la que la televisió no ha fabricat, sinó que es limita a posar-la en escena: els reportatges o documentals amb escenes dures, desagradables, obscenes...



Per a Bueno, és una llei inevitable que "a més televisió, més "teleescombraries" perquè la gent "no té temps ni possibilitats de fer un esforç, i va al més fàcil".



"Cada poble té la televisió que es mereix". Aquesta frase, ofèn? Per què? A qui? Qui decideix quina televisió mereixeria veritablement el poble?

On són els límits entre populisme i dirigisme?

És recomanable la lectura del llibre de Gustavo Bueno *Telebasura y democracia* (2002, Barcelona: Ediciones B. 256 pàgines).



Conclusió : "Cada poble té la televisió que es mereix".





Coincidint amb Eco, Bueno proposa que "hay multitud de análisis técnicos, científicos y artísticos que son de minorías: lo que hay que hacer es enseñárselos a la gente", és a dir, ensenyar la gent a analitzar el món..., inclosa la televisió.

Si per a Bordieu la televisió és "opressió simbòlica", antidemocràtica, per a Bueno "**la democracia sin televisión es imposible**". L'argument és contundent:



"porque la mayor parte del público es fundamentalmente ágrafo, los políticos se hacen presentes por televisión y el reparto del tiempo televisivo para cada partido se determina en función del volumen de votantes".

Digue'm què veus i et diré qui ets

El ciutadà d'Europa i dels Estats Units passa cada vegada més temps davant la pantalla del televisor. Aquestes hores de visionatge no són innòcues, sinó que **forgen una visió del món i, per tant, d'un mateix**.



Vegeu "La televisió a Europa" a l'apartat "La televisió: el mitjà total" del mòdul 4.



"La televisión es la que ha impuesto las modas, las formas de conducta... Educa continuamente", escriu el filòsof Gustavo Bueno.

Fins a quin punt la televisió influeix en l'esdevenir de la història i dels costums? Una primera resposta la dona John Hartley:



"Lo que resultaba necesario, antes de que la televisión llegara a ser un medio doméstico, eran las viviendas. La televisión era un medio adecuado para la sala de estar..., pero muchas personas trabajadoras no tenían sala de estar".



L'ansia de posseir televisor (mesura del progrés social) va condicionar, per tant, fins i tot la disposició física dels habitatges.



Ho explica Lynn Spiegel a "Haciendo sitio a la tele" (*La comunicación en la historia*, 1997. Barcelona: Bosch Comunicación); l'any 1949, la revista *Better Homes and Gardens* es preguntava "on va el receptor?", i donava diverses opcions, des del soterrani a la sala d'estar. L'any 1951 una fotografia de portada de la revista col·locava ja el televisor a la xemeneia de la casa, és a dir, se'l veia ja com la nova llar familiar, la brasa que caldejava l'amor i l'afecte de la família.



Escriu Lynn Spiegel:



"En 1951, cuando la revista *American Home* expuso por primera vez un aparato de televisión en su fotografía de portada, empleó la iconografía convencional de una sala de estar organizada alrededor de la chimenea, pero con un televisor construido dentro de la chimenea". Les revistes de decoració i llar van tenir clar que l'aparell del televisor ocupava "**el lugar de la chimenea como punto focal** alrededor del cual disponer los asientos de la habitación."

Convertit en el centre de la vida familiar, el televisor va esdevenir en bona mesura un prescriptor social: maneres de vestir, maneres de pentinar-se, d'actuar, de moure's, de fer petons... van ser divulgats per la televisió, convertits en models socials. Sobre això, Hartley (*Los usos de la televisión*) manté que la televisió pot estimular els desitjos de llibertat, confort, cultura, política... I que **és un model per a un tipus de ciutadans** que anomena **HTL** ("fes-ho tu mateix"), que tenen a la televisió un ventall de models de vida per a triar i construir amb ells una identitat pròpia.

És sabut que les vocacions mèdiques als Estats Units (i també a Espanya) han estat inspirades en molts casos per sèries de televisió (*Dr. Kildare*, *Centro médico*), i també les jurídiques (*La ley de los Ángeles*) o les periodístiques (*Lou Grant*, *La chica de la tele...*). A Espanya, l'emissió per TVE de la sèrie *Kung Fu*, cap a l'any 1973, va deslligar la febre per les arts marcial, i els carrers de les ciutats espanyoles es van omplir de nous gimnasos dedicats al karate, el judo, el kung fu, etc.



Un bon exemple de la influència costumista de la televisió és el següent: l'any 1986, una presentadora de televisió (Júlia Otero) va aparèixer en pantalla amb un peculiar pentinat (els cabells del serrell disparats cap a dalt, en punta): als pocs mesos, aquest pentinat era el més sol·licitat a les perruqueries per les dones a l'àrea de cobertura televisiva d'aquest programa.



Júlia Otero en el concurs 3 x 4



Rastregeu la influència en els costums i en la vida quotidiana d'alguns patrons i models –de vestits, lingüístics, visuals...– proposats per la televisió.

Les audiències massives de la televisió possibiliten fenòmens de masses (conductuals, axiològiques, etc.), però... passarà el mateix a mesura que la televisió fragmenti les seves ofertes? Existeix una visible tendència de la televisió cap a la diversificació dels seus continguts, cap a la varietat temàtica, a mercè de la capacitat dels satèl·lits de televisió, del cable, de la tecnologia digital (i subvencionada mitjançant el pagament d'abonaments). L'audiència, per tant, s'atomitzarà depenent de gustos i interessos diversos.



Exemples de canals temàtics de televisió als Estats Units (a mercè del cable):

- Canal militar (els admiradors castrenses gasten milers de milions de dòlars a l'any en llibres, vídeos, revistes sobre assumptes militars, incloent-hi exhibicions aèries; aquest canal de pagament per cable els agrada).
 - Canal de golf
 - Canal de la comèdia
 - Canal Adam i Eva (sexe *soft*)
 - Canal de la història
 - Canal de l'automòbil
 - Canal de la salut
 - Canal de la jardineria
 - Canal literari
 - Canal ecològic
 - Canal mundial africà
 - Canal Sega (videojocs), etc.
 - Hi ha canals religiosos (com el Trinity Broadcasting Network), i concretament per a catòlics (Eternal World TV Network), per a nens (Nickelodeon), per a dones (Lifetime), per a obsessionats de la climatologia (The Weather Channel), dels esports (ESPN), de la música moderna (MTV), de la música *country* (Country Music TV), de la ciència (Discovery Channel), de les finances (Financial News Network), del cinema (diversos canals, segons els gèneres cinematogràfics...).
-

No se sap si la creixent atomització de les ofertes televisives derivarà o no en un augment de les hores de televidència per persona i dia.



A Espanya es calcula que cada persona passa 210 minuts al dia (tres hores i mitja) davant el televisor.



El 1990 aquest temps era inferior, la qual cosa coincideix amb el fet que l'oferta televisiva també era inferior (però no per això es pot establir una relació causa-efecte).

Actualment, cada espanyol dedica el 15% del seu temps a veure televisió. Al cap d'un any, cada espanyol ha dedicat –de mitjana– un total de **55 dies sencers** a mirar televisió (gairebé els mateixos que a dormir o a treballar). Es tracta, doncs, d'una de les activitats centrals de la nostra vida.

Les enquestes que llencen aquestes dades fan un mesurament quantitatiu (temps de visionatge), però no qualitatiu: quina és l'**actitud del telespectador** durant aquest temps davant el televisor? D'atenció i concentració màximes? O la de fer altres coses mentre el televisor està connectat?



Feu una petita enquesta a persones pròximes sobre les hores diàries de visionatge televisiu i de l'actitud davant el televisor (és la mateixa que la de quan van al cinema?) durant aquestes hores. Sabrien precisar exactament què han vist?

"Telerealitat": *Gran Hermano* i *Operación Triunfo*



"La pantalla del televisor se ha convertido hoy en una especie de estanque para que se mire Narciso en ella", afirma Pierre Bordieu a *Sobre la televisión*, i cita Berkeley: "Ser es ser visto".

L'èxit de l'anomenada "televisió mirall" (o "telerealtat") sembla que dóna la raó a aquesta idea. La "tele-mirall" o "telerealtat" es refereix a programes en els quals els actors protagonistes són ciutadans amb els noms i cognoms, i la mateixa identitat que tenen fora de la pantalla, en la vida quotidiana.

Els programes que més èxit massiu tenen ara (a Espanya) es fonamenten en aquest patró... i sobre la identificació, la **connexió** del públic massiu amb els individus televisats. Són *Gran Hermano* i *Operación Triunfo*.

El factor nuclear d'aquests programes televisius és que la televisió extreu **una porció del pastís de la realitat** i el posa davant el telespectador, que, se sent testimoni privilegiat i, a més, demiürg: per mitjà de votacions telefòniques **el telespectador pot intervenir en aquesta realitat, modelar-la, modificar-la**. El telespectador, afalagat, té poder (o creu tenir-lo, cosa que, a efectes pràctics, és el mateix). Són xous televisius construïts sobre la realitat, en contraposició a la nodrida oferta de ficció televisiva, ja arxiconeguda pel telespectador, i davant la qual se sent consumidor passiu. En el cas de la "telerealtat", en canvi, el telespectador, en certa manera, actua com un **guionista de l'acció**, té un paper actiu. És una forma de televisió interactiva...

Encara que el factor "realitat" és central, el producte televisiu que es presenta al telespectador com a "telerealtat" participa en diversa mesura de diferents gèneres televisius convencionals, combinats: així, *Gran Hermano* combina i barreja els codis televisius del joc (el telespectador es pot identificar amb un participant, i apostar-hi com a les curses de cavalls o a les travesses), del concurs (els participants competeixen per un premi), del documental zoològic (els veiem moure's com a animals al seu hàbitat), del debat o *talk show* (discuteixen entre ells), del serial sentimental...

L'exposició inevitable de diverses misèries humanes dels individus protagonistes (només s'amaguen al telespectador les escenes escatològiques i les de sexe explícit), incloent-hi baralles, mancances lèxiques, formació cultural pobra, ús de paraules malsonants, disfuncions horàries, vicis (fumar, burxar-se el nas...), ganduleria, laxitud, lleure no creatiu... la qual cosa va donar peu a la major part de crítiques cap a *Gran Hermano*.



Era un mirall que tornava al telespectador aquella imatge d'ell mateix que desitjaria millorar!



En aquesta incomoditat es va fundar l'èxit d'*Operación Triunfo*: usant els mateixos elements que *Gran Hermano* però substituint les misèries pels mèrits (no fumaven, no deien paraulotes, no es barallaven, no es burxaven el nas, no es veia el desordre personal ni de les habitacions, no hi havia fricció sexual visible...), eliminava el malestar subjacent al telespectador, i sobretot a l'"espectador familiar" (parets i fills ho podien veure junts sense sentir incomoditat).



***Operación Triunfo* tornava al telespectador la millor imatge possible d'ell mateix: la voluntat, l'esforç, el progrés, la feina, l'èxit (encara que fos per cantar millor).**



A més, l'atractiu de la interactivitat (ja present a *Gran Hermano*), a *Operación Triunfo* es reforçava: el telespectador sent a les seves mans el poder d'enviar al festival d'Eurovisió el seu concursant favorit, que serà vist per 300 milions de persones.



El filòsof Gustavo Bueno compara *Gran Hermano* i *Operación Triunfo*: si el primer ha estat titllat de "teleescombraries" i el segon de "televisió neta", ell presenta una altra classificació: el primer l'identifica amb la "teleescombraries desvetllada"; el segon, amb la "teleescombraries fabricada", les dues categories de "teleescombraries" que ell descriu. Aquesta és la seva argumentació, publicada al diari *ABC* el 23 de febrer de 2002 (després d'haver-ho llegit, obriu el debat).



Programas contrapuestos

Gran Hermano y *Operación Triunfo* son dos programas contrapuestos precisamente porque se mueven en un terreno común (*contraria sunt circa eadem*), a saber, el ofrecimiento del «experimento» de la convivencia de una docena de jóvenes estabulados en un recinto durante tres o cuatro meses, pero de una convivencia televisada ante audiencias millonarias y participativas. En ambos casos, la audiencia tuvo la «facultad democrática» de intervenir, mediante el voto en la selección de los concursantes, y el ejercicio de esta facultad fue decisivo para el éxito de ambos programas.

La contraposición se establece sobre este fondo común; más aún, *Operación Triunfo* estuvo de hecho concebida como una contrafigura de *Gran Hermano*. Si a los concursantes de *Gran Hermano* se les hacía convivir en una casa, a los concursantes de *Operación Triunfo* se les hacía convivir en una *academia* orientada a un objetivo preciso: enseñar o perfeccionar a los jóvenes en la música vocal. Y esto es lo que probablemente percibieron en seguida los políticos que habían perdido el paso ante el fenómeno de las audiencias masivas de *Gran Hermano*, y que no sabían interpretar el significado de unos episodios de convivencia de jóvenes que no tenían que demostrar saber hacer algo sino simplemente convivir y exhibir, de modo obsceno, su vida privada. A los concursantes de *Operación Triunfo*, en cambio, se les exigía progresar en un arte a la vez que se procuraba mantener fuera de la escena todo cuanto tuviera que ver con sus vidas privadas. Una regla –la de la distinción entre lo público y lo privado– a la que algunos teóricos de la democracia atribuyen nada menos que la condición de descubrimiento luminoso de la democracia ateniense, tal como se desprendería del relato que Tucídides nos hace del célebre discurso de Pericles. Se diría que gracias a la *Operación Triunfo* los políticos de la democracia se han reconciliado con las audiencias masivas de televisión, que vieron con tanto recelo en el caso de *Gran Hermano* (un recelo que, dicen algunos, podría explicarse porque los políticos se veían reflejados en ese programa: sin saber hacer nada especial obtienen millones de votos y, en todo caso, menos millones de los que siguieron el programa).

Episodios de la vida cotidiana

Sin embargo no es nada evidente este diagnóstico. Por de pronto, *Gran Hermano* tuvo más de televisión obscena y desvelada que de televisión fabricada; precisamente porque ofrecía episodios de la vida cotidiana (velando además, en principio, escenas de cloaca y de sexo) y que, por ello mismo nadie puede calificar de basura. Además, la audiencia estaba capacitada en principio para juzgar democráticamente a los concursantes puesto que lo que tenía que apreciar en ellos eran valores (amistad, generosidad...) o contravalores (envidia, machismo...) propios de la vida cotidiana.

Pero en la *Operación Triunfo*, la *fabricación* ha sido la norma desde el principio (si exceptuamos las «voces en bruto», diamantes sin pulir, de algunos concursantes). Y el mismo planteamiento inicial, el del «triumfo», roza de cerca de la basura ética, por la competitividad salvaje que significa, en tres meses, poder dar un salto a la fama (un «pelotazo») que los músicos ordinarios, incluso si se llaman Mozart, no pueden hacer más que tras varios años de duro trabajo. En cualquier caso, para el viaje de seleccionar a tres, entre cien mil, para un concurso notablemente desprestigiado ya de Eurovisión, no hacían falta tantas alforjas; lo que demuestra que el programa no estaba fundado tanto en las necesidades de selección, cuanto en la movilización y aprovechamiento de una audiencia creciente. No entraré aquí en el juicio sobre los valores estrictamente musicales que en la «academia» se han cultivado, aunque es en este punto en donde habría que poner la mayor atención, cuando hablamos de telebasura (en la cursilería de las baladas, en el amaneramiento de los melismas recién aprendidos, en la vulgaridad de los textos, todo ello a mil leguas de distancia de cualquier atisbo vanguardista). Muchos conservatorios ya han opinado y muchas veces con justa indignación.

En todo caso, en *Operación Triunfo*, hubo obscenidades continuadas. ¿En qué academia de verdad podría tolerarse que los estudiantes, adulados continuamente por sus profesores, cada vez que logran hacer un arpegio, se precipiten unos sobre otros sin el menor control emocional, fuera de todo decoro, en escenas de masajes mutuos, saltos, risas, besos y llantos? Al ejército de jóvenes que presencia *Operación Triunfo* (150.000 solicitantes para la próxima edición) se le ofrece un puro espejismo. ¿Acaso quienes creen poder convertir a la España del euro en una comunidad de «maestros cantores de Nüremberg» han olvidado que la música de estos cantores no la escribieron aquellos artesanos, sino Ricardo Wagner? Sólo tres van a ser seleccionados: «Muchos son los llamados, pocos los elegidos». El principio de «igualdad de oportunidades» al comienzo de la carrera, termina siendo un principio de discriminación cuando la carrera termina, como ocurre siempre en las sociedades competitivas, pero que en este caso alcanza proporciones escandalosas. Los efectos catastróficos que este concurso pueda tener en los jóvenes, en general, pueden ser muy profundos. ¿Con qué argumentos puede sacarse a un adolescente del «área del botellón», ofreciéndole como contrapartida una larguísima carrera de obstáculos cuando se le pone ante los ojos la aparente posibilidad de que, con un esfuerzo casi deportivo, en tres meses puede obtener la fama, mejor aún que el dinero?

Juego sucio

Por último, la participación democrática de la audiencia de la academia en la selección puede presentarse como ejemplo insigne de juego sucio, de basura democrática, por la incompetencia del jurado, en materia estética, y por los pucherazos continuados, que utilizando fondos municipales o propios, hicieron campaña por sus paisanos; las

famílies y amigues han invertit decenas de millones en llamadas en un mismo teléfone móvil que se computaban como votos de apoyo. En todo caso bastaría confrontar el comportamiento que tuvieron los vecinos de Nerja o San Vicente de la Barquera o de Almería, por ejemplo, declarando como el mejor a sus paisanos para concluir que estos vecinos no utilizaban criterios estéticos objetivos para votar, sino criterios partidistas.

No son las «Operaciones Triunfo» las que pueden estimular a los jóvenes a emprender carreras capaces de concluir en una vida auténtica, que no tiene por qué confundirse con la vida del «famoso» o del que goza de popularidad. Mucho mejor es utilizar, como guía, la respuesta que Euclides dio al rey Ptolomeo cuando éste le pidió que le instruyese de modo rápido y ameno, en los principios de la Geometría. Euclides respondió al rey: «No hay caminos reales para aprender Geometría».

Informació i espectacle

Els primers noticiaris

Quan la televisió comença la seva etapa als Estats Units ho fa com un mitjà d'**entreteniment**, sense comptar amb un espai per a la informació estricta. Al final dels anys quaranta, la informació es limitava a algunes notícies llegides a l'estil radiofònic. Però, aviat, una regulació federal imposa a les cadenes de televisió l'**obligació d'emetre un espai d'informació**.

Les cadenes de televisió, doncs, es plantegen com **construir un text que tingui una àmplia acollida popular**, és a dir, que no comprometi els índexs d'audiència i, per tant, els ingressos publicitaris. Sorgeix així el format de "telenotícies", de noticiari televisiu. El pioner és *Douglas Edwards with the news* (CBS, 1948), un breu butlletí de notícies de deu minuts, il·lustrat amb alguna fotografia o dibuix.

La guerra de Corea (1953) aportarà de sobte un bon cabal d'imatges filmades, que s'aniran incorporant als informatius.

Però com es dissenya l'estructura d'un informatiu televisiu? Doncs d'acord amb la lògica de Hollywood. La indústria cinematogràfica ha reflexionat sobre l'enemic del text cinematogràfic (el tedi) i sobre com combatre'l (amb el ritme narratiu), i aquesta llarga reflexió es va transvasar al text informatiu televisat.

Es va dissenyar, doncs, un text que té una durada limitada (al principi, vint minuts), amb un principi i un final, i que haurà d'interessar a una audiència variada, ja que abans i després (i durant aquest) hi ha publicitat.



La dimensió principal d'un telenotícies, doncs, és el ritme del relat. No es diferencia en això del relat de ficció.



Sobre la naturalesa de la informació, és valuosa aquesta reflexió de Lord Northcliffe:



"Informació és una cosa que algú en alguna banda intenta ocultar i que una persona o un mitjà de comunicació dona a conèixer. Tota la resta és publicitat."

I la informació? En aguda observació d'Ignacio Ramonet, el text sencer llegit pels informadors d'un telenotícies "cabria íntegrament en una sola pàgina d'un diari".

La dinàmica de la televisió (cada deu o dotze segons ha de passar alguna cosa nova per no perdre l'atenció del telespectador) condiona el ritme del relat. Si el ritme és tan compulsiu i se succeeixen diferents informacions juxtaposades, com es pot donar coherència i homogeneïtat al conjunt? Amb el presentador, figura presa de l'univers de Hollywood.



L'informatiu televisiu és "ritme" + "estrella". Passi el que passi al món, l'estructura del telenotícies modelarà inevitablement aquest esdeveniment perquè encaixi en aquesta estructura.



Amb presentador, sense presentador

La figura del presentador, el rostre, els ulls, la mirada, la boca, insufla a la informació emoció, la impregna d'afectivitat. La notícia ho és perquè ens l'explica el presentador.



Vegeu "Primera comunicació audiovisual: el rostre humà" de l'apartat "L'animal humà i la cultura" del mòdul 1.



Res no comunica més que un rostre humà, i la televisió aprofita la visió per implicar el rostre humà en la comunicació, com manen els avantpassats de l'espècie (vegeu el mòdul 1, fita 2, nucli 4).



El presentador es converteix en l'"àncora" (*anchorman*) d'una cadena, en la figura que infon credibilitat, que estableix llaços amb l'espectador (Walter Conkrite, Dan Rather, Barbara Walters, Carles Francino, Pedro Piqueras, Matías Prats, Saénz de Buruaga...).



El presentador és amic, mestre i *alter ego*: amic, perquè ve a casa i et mira als ulls; mestre, perquè t'ajuda, et guia, et forma; *alter ego*, perquè ell pregunta les coses per tu.



Per a mantenir el vincle de l'espectador amb la cadena convé deixar durant llarg temps el mateix presentador, no canviar-lo, perquè, com més familiaritat, més confiança del teleespectador, i més credibilitat li atorgarà, tant al presentador com a l'informatiu d'aquella cadena.



Estudieu els recursos afectius, emocionals, de diferents presentadors de telenotícies en actiu.

Però el concepte de credibilitat ha evolucionat, i ho ha fet en tres fases.

- Primera fase: era la del *No-Do* (noticiari documental cinematogràfic), en el qual una veu *en off*, desencarnada, comenta el que veiem, ens dóna la informació. **Evoca la veu de Déu Pare omniscient.**
- Segona fase: era la del telenotícies. La veu pren forma humana, s'encarna, s'humanitza (**com Déu fet Fill**), i et mira als ulls. I "qui mira als ulls no és traïdor", no t'enganyarà.
- Tercera fase: és la de la CNN, la informació permanent, sense presentador. La informació t'arriba i et toca directament a tu, espectador (**com l'Esperit Sant**).



La CNN es presenta com el nou paradigma de credibilitat: ningú fa d'intermediari entre la informació i l'espectador, i és l'espectador qui accedeix directament a la informació, sense filtres.



La notícia en directe: la CNN

La CNN neix l'any 1980 d'una idea de Ted Turner, un projecte que tots prenen com el deliri d'un boig: un canal que ofereix informació durant 24 hores al dia, sense interrupció. Però el model s'imposa, i predica un nou paradigma: que l'espectador, connectant la CNN, tingui davant els seus ulls qualsevol cosa important que succeeixi en qualsevol banda del món. És a dir, es podrà informar directament ell sol, sense mitjancers.



La informació, doncs, serà directa, instantània i planetària.



De fet, la CNN funda el seu model sobre aquesta equació:



Veure = Comprendre.



És una equació pròpia de la mitologia audiovisual contemporània, si bé té precedents fins i tot bíblics: allà hi ha sant Tomàs clamant: "Si no ho veig, no ho crec".

Però veure és comprendre? L'hegemonia del sentit de la vista permet la relació de l'ésser humà amb el seu entorn, **però és només amb el concurs de la vista que l'home ha accedit al coneixement de la realitat?** És només el que és visible el que és real? O potser el que és invisible, el que no podem veure, participa també de la realitat?



La televisió privilegia el sentit de la vista i transmet el missatge que el que no pots veure, no existeix.



És un missatge que voreja la raó, un missatge preil·lustrat, preracional, que ens torna a un període anterior al Segle de les Llums, anterior a la revolució racional de la Il·lustració: aquesta revolució consistia a aplicar la llum del raciocini per travessar les aparences, per anar més enllà dels sentits.

Un "telenotícies", tanmateix, té per prioritat allò visible (que és només una part de la realitat). En el cas de la CNN, **allò visible és la seva matèria primera.** Es transmet a l'espectador la il·lusió que assisteix directament a l'esdeveniment, que ell és un testimoni, una part de l'esdeveniment. Trasllada la responsabilitat de la informació a l'espectador: **cada un s'autoinforma.**

Però, essent-ne testimoni, n'hi ha prou per a saber? Ignacio Ramonet cita la síndrome de Fabrizio del Dongo, personatge de la novel·la *Guerra i pau*: Fabrizio és al cor de la batalla de Waterloo, i, malgrat això, en acabar la batalla, no sap qui l'ha guanyat.



El que es va esdevenir a Ruanda el 1994 i com es va oferir per mitjà dels telenotícies és un cas paradigmàtic de com n'és de relliscosa l'equació "Veure = comprendre", de com unes imatges en poden ocultar unes altres.



El que els telenotícies oferien eren imatges de columnes immenses de ruandesos (es parlava d'un milió), de l'ètnia hutu, fugint de Ruanda, i la "informació" parlava del genocidi viscut a Ruanda: el teleespectador, per tant, veia imatges d'èxode i agonia, i creia que veia les víctimes del genocidi de Ruanda fugint dels seus matadors, dels

genocides. Era això el que realment succeïa?

En realitat, els qui fugien, els hutu, eren els genocides: agitats per una emissora de ràdio radical hutu –que va atiar l'odi contra l'ètnia tutsi (minoritària i dominant)–, els hutu es van llançar, després d'una consigna, a una matança general de tutsi per tot el país: el genocidi va assolir la xifra d'un milió de tutsi morts (la majoria d'ells a cops de matxet). Els tutsi van fugir a països limítrofs, van reorganitzar un exèrcit, i van acabar per prendre la capital de Ruanda recuperant el poder. Va ser en aquell moment que es va iniciar l'èxode hutu, per temor a la represàlia. Aquest èxode es va organitzar en camps de refugiats en condicions de vida dramàtiques, que –vistes per televisió– van commoure les ONG i van atreure tota classe d'ajuda. En aquests camps –rebut l'ajuda i manant– es trobaven els responsables i autors del genocidi d'un milió de tutsi.

Això és el que les televisions (que no havien estat durant el genocidi previ) van oferir. El que mai no vam veure va ser el genocidi anterior.



La veritat (la informació), doncs, no es deriva únicament d'"estar i veure", sinó d'una conjunció i contrast amb altres dades i elements.



Els racionalistes es van tornar contra l'equació "Veure = comprendre", que és precopernicana ("Veig que el Sol roda pel cel, llavors la Terra està fixa i el Sol gira entorn d'aquesta"). La comprensió de la realitat deriva de la raó, de l'anàlisi de moltes dades comparades.

El relat informatiu

La informació televisiva es basa en la imatge. Aquesta és, almenys, la seva promesa: veurem el que ha passat, el que succeeix. Per això no s'accepta en un telenotícies una "reconstrucció" amb actors d'uns determinats fets: s'entendria com un frau, com un descredít (fins i tot anunciant-ho al teleespectador).



El que l'informatiu promet al teleespectador és que podrà veure les imatges reals del que ha passat. Sobre aquesta base, pot realment informar l'informatiu televisiu? Hi ha sempre imatges del que passa?



Activitat 2

- Vegeu i analitzeu les diferents caretes de telenotícies. Quin missatge transmeten? Quines al·legories contenen? Què tenen totes en comú? En què es diferencien?



L'informatiu, metafòricament, "promet" que oferirà les imatges del món, les imatges del que succeeix al planeta, i que el planeta és de vidre, transparent, i que veurem tot el que passa, és una cosa que apareix reflectit a la careta dels informatius: boles del món, pantalles de televisors, còctels d'imatges trepidants...

(Recentment, TV3 ha renovat les caretes, sintonies i decorats dels seus telenotícies. L'eslògan de l'espot d'autopromoció d'aquesta renovació –estètica– de l'informatiu era: "A partir d'ara veurem el món d'una altra manera".)

A l'hora de la veritat, l'informatiu televisiu s'elabora majoritàriament sense imatges del que passa, per la qual cosa

s'han de buscar imatges que "il·lustren", de farciment, d'arxiu, al·lusives, en lloc de les imatges absents. Les imatges que veiem oculten el fet que no hi ha imatges. Així, **les imatges actuen com una mànec de la informació** (en frase de Bordieu: "a veces, mostrar es ocultar").

En l'actual context televisiu, la informació segueix un esquema proper al de les transmissions en directe d'esdeveniments esportius. Així com en un partit de futbol n'hi ha prou que la càmera segueixi la pilota, en **un informatiu la pilota és l'acte violent, la sang** (accidents, catàstrofes naturals o humanes). I, **si el fet es capta en directe, guanya en importància informativa**, encara que sigui més irrellevant que un altre fet del que es tenen imatges en directe.



Una de les vegades en què la notícia es va produir en directe va ser la catàstrofe esdevinguda durant el llançament del transbordador espacial *Challenger*.

El 1987 es llançava a l'espai el transbordador *Challenger*. Mentre la nau s'elevava al cel, la CNN transmetia en directe el llançament. Al cap de pocs minuts, la nau esclatava a l'aire davant els atònits ulls dels familiars dels astronautes... i dels telespectadors de tot el món.



Amb aquella imatge, la CNN es reafirmava com els ulls de la notícia.

Però, sempre ho és? L'ús que va fer la CNN de les imatges durant la guerra del Golf (1990-1991) va posar de manifest com n'és de relliscosa aquesta fe cega en les imatges: es va emetre la imatge d'un cormorà impregnat en petroli, moribund, suposadament víctima de la catàstrofe ecològica generada per Iraq a Kuwait... En realitat, era una imatge d'un cormorà filmada anys abans a la catàstrofe del petrolier Exxon Valdez a Alaska.

No va ser l'únic cas de falsedat informativa durant la guerra del Golf. Ignacio Ramonet en descriu una altra al seu llibre *La golosina visual* (2000, Madrid : Temas de Debate, pàg. 24):



"Una joven enfermera kuwaití contaba entre lágrimas, pero con firmeza, cómo los soldados iraquíes habían irrumpido cual bárbaros en la maternidad del hospital de Kuwait-capital para apoderarse de las incubadoras después de haberles arrancado a los recién nacidos que arrojaron muertos por el suelo... Todo era falso: la 'enfermera' era la hija del embajador de Kuwait en Washington, estudiante en Estados Unidos, y el asunto de las incubadoras había sido ideado en todos sus detalles por Mike Deaver, un antiguo consejero en comunicación del presidente Reagan y de la empresa estadounidense de relaciones públicas Hill and Knowlton, contratados por el emirato."



El telenotícies viu sobre la promesa il·lusòria que el món és de vidre i es pot veure tot. En realitat, això succeeix molt de tant en tant, i quan succeeix, el telenotícies entra en trànsit.



La transmissió en directe del col·lapse de les Torres Bessones de Nova York (l'11 de setembre de 2001) ha donat a la televisió un moment feliç, una ocasió de legitimació, un argument que la justifica com a informadora.





Imatges de la BBC del col·lapse de les Torres Bessones

Si la història del segle XX passa per algunes imatges, es tracta principalment d'imatges filmades (discursos de Lenin, les masses amb Stalin, les masses amb Hitler, els camps de concentració nazis, Pearl Harbour, Iwo Jima, el desembarcament de Normandia, l'alliberament de París, l'assassinat de Kennedy...), i després difoses i popularitzades per la televisió.

Algunes imatges sí que ja van ser directament televisades durant el segle XX: l'arribada de l'home a la Lluna, la caiguda del mur de Berlín, el col·lapse dels règims comunistes a Rússia i els països de l'Est...

Però el segle XXI ha començat amb la televisió oferint en directe una imatge que marcarà la història del segle: el col·lapse de les Torres Bessones de Nova York. Els periodistes als quals l'atzar els va donar ocasió de narrar el que succeïa van viure un moment irreplicable: la notícia, la realitat s'esdevenia en directe, davant els seus ulls. Podien fer història amb cada paraula que diguessin. La novetat del moment va generar l'estupefacció i el desconcert dels periodistes, que, mentre narraven el que es produïa a la primera torre fumejant, van veure –com els televidents del món sencer– com arribava el segon avió i xocava contra la segona torre, i durant un instant van creure que veien una repetició (un *replay*) del primer impacte, i així ho van dir, fins que es van adonar que sí, que la realitat es continuava construint (destructivament) davant els seus ulls incrèduls.

(Tant Àngels Barceló –a Tele 5– com Matías Prats –a Antena 3– van protagonitzar la mateixa confusió. El mateix que els comentaristes de la BBC, etc.).

Els serveis informatius de diferents cadenes han recollit un bon nombre de guardons... per fer la seva feina aquell dia (una feina consistent fonamentalment a comentar aquelles imatges i acompanyar-les de reflexió i anàlisi).



Activitat 3

- Analitzeu els enfocaments i continguts de les informacions més rellevants servides per la CNN en els seus vint anys d'existència i en l'actualitat.



Paral·lelament, la visió del col·lapse de les Torres Bessones ha donat a la humanitat occidental un nou arquetip de catàstrofe, d'hecatombe humana, com ho va ser a l'antiguitat llegendària el col·lapse de la Torre de Babel o, en la realitat històrica, la destrucció del Temple de Salomó a Jerusalem.



L'altre costat: Al-Jazira

Durant la guerra de l'Afganistan sorgirà a l'emirat àrab de Qatar un canal de televisió que es presenta com el revés de la CNN: Al-Jazira.



Si la CNN és l'aparador informatiu dels Estats Units i d'Occident, Al-Jazira neix per ser-ho del món àrab.



Així, Al-Jazira planteja un pols a la CNN en el terreny de la informació: ofereix debats i notícies, però des de l'òptica del que interessa als teleespectadors del món àrab. La més completa i detallada informació sobre el conflicte araboisraelià, per exemple, s'emetrà per mitjà d'Al-Jazira.

Bin Laden, l'enemic número u dels Estats Units, enviarà els seus missatges al món –vídeos gravats– per mitjà de les emissions d'Al-Jazira, amb una audiència estimada de trenta-cinc milions de persones al món àrab.

La guerra tindrà un **camp de batalla televisiu**: no és casual que els bombardejos nord-americans sobre Kabul –capital de l'Afganistan– destruïssin les instal·lacions de la delegació de la cadena Al-Jazira. Al-Jazira oferia imatges enviades pels seguidors de Bin Laden, imatges que intentaven humanitzar el líder extremista (imatges, per exemple, dels seus fills jugant).



Imatges emeses per la cadena Al-Jazira

Els Estats Units van recordar que la derrota a la guerra del Vietnam es va deure en bona mesura a l'horror que els ciutadans dels Estats Units van experimentar en veure imatges violentes i plenes de sang d'aquesta guerra a les pantalles dels televisors.



Com va dir el comunicòleg Marshall McLuhan, "la televisió va trencar el confort de les sales d'estar amb la brutalitat de la guerra. El Vietnam es va perdre en aquestes sales d'estar, no als camps de batalla".

Per això van escassejar les imatges d'aquesta guerra a la televisió nord-americana (a la CNN i en totes les altres cadenes), igual que va succeir deu anys abans a la guerra del Golf: per a evitar el rebuig de la sensibilitat d'una part de la població nord-americana i, en aquest cas, aliada occidental.

El nucli originari de la redacció d'Al-Jazira provenia, per cert, del servei àrab de la BBC londinenca, el mitjà informatiu occidental més seguit des de fa dècades als països àrabs. Les tècniques, iconografies (amb ús de la grafia àrab, en especial en el logotip de la cadena, que s'usa com a cortineta i com a recurs recurrent), estètiques, presentació, formes de feina... tota la infraestructura de la cadena Al-Jazira es calca de les televisions occidentals i, en particular, de la CNN. Però amb les seves prioritats informatives pròpies i particulars.



Qui informa "millor"? CNN o Al-Jazira?

Referent a això, convé aturar-se en alguns matisos. Així, sovint se solen usar indistintament els termes *informació* i *comunicació*, cosa que per a l'analista Ignacio Ramonet és una perversió:



"*Comunicació* és el discurs d'una institució per a afalagar-se", mentre que "*Informació* és el discurs que critica les versions del poder". És, doncs, contrària a la comunicació. La perversió, per a Ramonet, radica en el fet que avui "la comunicació tendeix a asfixiar la informació". I conclou: "La guerra de la informació és deslliurar-se de la comunicació."



El gènere del docudrama combina els codis de la informació i de la ficció. És, doncs, un híbrid que dilueix les barreres entre informació i ficció.



Cronològicament, els analistes de la televisió consideren que va néixer a la Gran Bretanya, el novembre de l'any 1966, amb l'emissió per mitjà de la BBC de **Cathy come Home**, el primer docudrama.

Dirigit per **Ken Loach** (director després d'una llarga filmografia composta per pel·lícules de compromís social i polític), aquest primer "documental" dramatitzat narrava l'odissea d'un jove matrimoni (ella és la Cathy) i els seus fills, obligats a allotjar-se en campaments muntats pel govern britànic mentre no es trobés per a ells una nova llar després de certes expropiacions i desallotjaments.

La Cathy autèntica, i altres protagonistes reals de la història, dramatitzaven la seva pròpia vida davant la càmera, interpretant com a actors –sota la direcció de Loach– tot el que els havia passat. *Cathy come Home*, doncs, oferia una narració segons el codi de la ficció, però el que relatava era real, incloent-hi els seus protagonistes.

Aquest docudrama incloïa, a més, entrevistes a autoritats i experts, gràfics, rodatges en escenaris naturals, intervenció també d'actors professionals, ús del so directe i de la veu *en off*... Naixia el **docudrama**, i naixia marcat per una **intenció de denúncia social**.

La distinció anglosaxona entre llibres de ficció i no ficció també es podia aplicar als productes televisius... fins a *Cathy Come Home*, el 1966. És curiós que aquell mateix any, 1966, fos el de la publicació als Estats Units de l'obra de Truman Capote *A sang freda*, en la qual l'escriptor nord-americà recreava l'odissea real de dos assassins, que, després de degollar una família sencera en una granja, recorrien mig territori nord-americà, fins a ser detinguts. Capote reconstrueix la peripècia d'ambdós –i en aquest sentit fa "no ficció", fa periodisme– usant els codis de la novel·la –ficció– i recreant els sentiments dels personatges i els diàlegs entre ells. Aquesta obra era a la literatura el que *Cathy Come Home* a la televisió.

El gènere del docudrama, encara que nascut a la Gran Bretanya, esclatarà als Estats Units als anys setanta i, sobretot, durant els anys vuitanta:



els periodistes de les grans cadenes de televisió nord-americanes comencen a jugar de manera conscient les armes de l'espectacle.



La irrupció dels canals per cable i els preocupants descensos d'audiència van conduir a un esforç per **fer més atractives les notícies**, per **fer espectacle amb la realitat**. Es va posar de moda el docudrama, la dramatització (amb actors, o amb els mateixos protagonistes) de casos reals.

L'espectador va acollir aquell gènere de programes amb entusiasme, i, d'alguna manera, l'espectador desitjava veure's a ell mateix a la pantalla del televisor.



Vegeu el vídeo del programa *Unsolved mysterys* ("Misteris sense resoldre").



Es tracta d'un programa –presentat per l'actor Robert Stack– que reconstrueix accions criminals, amb participació d'actors i també d'alguns dels protagonistes realment implicats en el cas. En finalitzar l'emissió de la reconstrucció de cada cas, se sol·licitava a l'espectador la col·laboració en la identificació del criminal encara no detingut.

En el vídeo es reconstrueix l'atropellament d'un jove motorista. La seva mare i amics testimonien, i s'inclou al final una filmació del seu enterrament feta pels seus amics, ja que al sepeli van assistir dotzenes de motoristes.



Es van començar a desenvolupar un gran nombre d'emissions que van donar peu al terme *reality* i *reality show*: el que succeïa en pantalla era "real".



(Simultàniament, es van donar els abusos: un informatiu va mostrar imatges –de mala qualitat, en blanc i negre– de la traïció d'un buròcrata americà passant informació confidencial a un agent soviètic en un pàrquing i de la seva detenció allà mateix... com si l'escena hagués estat gravada casualment per les càmeres de vigilància del pàrquing. Després es va saber la veritat: havia estat una reconstrucció amb actors, i una simulació de la qualitat d'imatge deficient d'una càmera de vigilància.)

Van començar a proliferar programes –sèries docudramàtiques– sobre la feina de metges d'ambulància, sobre bombers, sobre patrulles de policia...: consisteixen en el fet que les càmeres segueixen les seves activitats, i després es munten aquelles imatges i s'emeten amb un ritme propi de la ficció televisiva.



A Espanya, l'arribada de les televisions privades va propiciar la proliferació d'un ventall de programes que feien de la realitat la seva matèria primera, versions variades del *reality show*.



Confesiones (una persona, oculta per un plafó translúcid, explicava accions de les quals es penedia, i, al final decidia mostrar el seu rostre); *La máquina de la verdad* (una persona implicada en algun assumpte d'actualitat controvertit explicava la seva versió de l'assumpte, i al final era sotmesa a la prova del polígraf –o "màquina de la veritat"– per verificar la seva sinceritat), *Quién sabe dónde*, etc.

El punt d'inflexió d'aquesta escalada de programes es va donar amb el cas del crim d'Alcàsser. L'aparició en una muntanya pròxima d'aquesta localitat valenciana dels cadàvers de tres noies –veïnes del poble– violades i assassinades (que es buscaven feia mesos, i que alguns programes de televisió –*Quién sabe dónde*, amb Paco Lobatón– havien situat al sud d'Espanya o al Marroc) va provocar excessos televisius (impúdiques entrevistes als familiars i veïns traspassats pel dolor i la ràbia que, més enllà de l'entrevista, eren implicació directa i personal) per part de la periodista Nieves Herrero, que va provocar un rebuig clamorós entre l'opinió pública.



Paco Lobatón



El horror como espectáculo



Allí estaban los colmeneros que localizaron la fosa, los padres de las chicas, sus amigos y compañeros de escuela, autoridades municipales, el empleado de la funeraria, todo Alcàsser en pleno en la platea. Todos trémulos y llorosos, y Nieves Herrero como directora de escena: "Estamos en directo". Con los tres féretros sobre el escenario, el espectáculo habría sido total, completo, integral.

Ya sabemos que no hay ahora otro mandamiento en las televisiones que el de "amarás a tu índice de audiencia sobre todas las cosas", pero Nieves Herrero no conoce la medida ni la contención. Como un jabalí ciego que todo lo troncha al paso, excitado por el olor de la tragedia, Herrero llegó y arremolinó en un teatrillo el dolor de un pueblo para armar un espectáculo sin precedentes.

Consiguió arrastrar al grueso de la audiencia para Antena 3TV y anuló el especial "Quién sabe dónde" (TVE), pues secuestró a las estrellas de la noche y dejó a Lobatón sin carnaza; Tele 5 emitió un especial ("Dolor en Alcàsser"), pero a costa de grabaciones (y TV3 estuvo allí con su "TN vespre"). Porque Nieves Herrero jugaba con ventaja: ella está por encima de cualquier pudor y es afecta al psicodrama y a la pornografía del sentimentalismo. Cimentó una era televisiva construida sobre cadáveres y lágrimas. Se gritó ¡Pena de muerte!, se leyeron poemas de una de las chicas asesinadas, y sólo faltó una actuación musical fin de fiesta.

Cuando Olga Viza irrumpió para notificar que había ya dos detenidos, la platea prorrumpió en aplausos y chillidos, y lo que a Nieves Herrero le hubiera justificado toda su carrera profesional es que se hubiesen empuñado sogas, para seguir al pueblo hasta el linchamiento en directo (siempre en directo).

Víctor M. Amela



El *reality* descobreix la realitat com a filó (desempolsegant la vella frase que "la realitat supera la ficció").



L'última faceta del docudrama és el **docusoap** (documental –*docu*– i serial –*soap*–) que consisteix a gravar durant un llarg període de temps un determinat grup de persones als seus escenaris quotidians reals (en un hospital, una autoescola, uns jutjats...) de manera que la càmera interfereixi el menys possible. A la sala de muntatge s'elimina part del material i es munta la resta per imprimir a la realitat el ritme de la síntesi, i s'emet per capítols, com si es tractés d'una sèrie de ficció. (A TV3: *Jutjats*, *Bellvitge Hospital*, *Veterinaris*, *Barri*, etc.)



Quin tipus de realitat interessa a la televisió? És aquest un debat obert, sobre el qual aporta claus el vídeo del reportatge britànic *La televisió és realitat* (emès per Canal 33).



Mostra el descobriment de la importància de la televisió per part dels polítics dels Estats Units des del debat Nixon-Kennedy de 1960, i el seu aprofitament posterior, fins al tractament televisiu de la informació per part dels telenotícies de les cadenes americanes i de l'ús de la realitat per a l'entreteniment en multitud de programes televisius.

Televisió i cultura global

Saltant-se les fronteres

Peter Watson (Birmingham, 1943) afirma, en la seva *Historia intelectual del siglo XX* (2002, Barcelona: Crítica) el següent:



La televisió és un dels tres fets més importants del segle XX, per la seva empremta en les mentalitats i en la vida de les persones.



Al costat de l'adveniment de la "societat psicològica" introduïda per Freud (que va canviar la nostra vida interior) i la invenció de la píndola anticonceptiva (que va alliberar les dones, permetent que controlessin els seus cossos), la invenció de la televisió "ha creado una experiencia humana totalmente nueva con amplísimas consecuencias, como la fama".

La fama global: en primer lloc, en benefici de l'emperador, del poder. JFK (Kennedy), president dels Estats Units en el moment en el qual la tecnologia del satèl·lit artificial expandeix la televisió al planeta sencer, serà el primer president del món. El primer president mediàtic. El primer president global. La televisió serà el nou pintor de la cambra del rei del món contemporani –el president dels Estats Units– fins i tot en el tràngol de la seva mort violenta (l'assassinat a Dallas de J.F. Kennedy donarà la volta al món per mitjà de la televisió, i marcarà l'arquetip de magnicidi).



Les imatges del magnicidi de Kennedy són de les que més profundament van commoure la societat global ja creada per la televisió al començament dels anys seixanta. Poc després, l'assassinat de Lee Harvey Oswald –acusat de ser l'assassí de Kennedy– per Jack Ruby va tenir lloc davant les càmeres de televisió, i potser es va convertir en el primer assassinat televisat en directe de la història.

Però no solament el pintor del rei, sinó que la televisió serà també el retratista dels diversos estrats socials, i projectarà *stars systems* locals i globals.



La televisió, doncs, se saltarà les fronteres geogràfiques, polítiques i culturals; posarà en contacte unes cultures amb altres, amb el consegüent pols per l'hegemonia d'uns valors sobre els altres.



En els continguts, en les històries de ficció (les sèries), la televisió transporta implícitament continguts culturals: concepcions del món i de la vida, costums, hàbits de vestir, actituds, idees religioses, convencions socials, etc.



Aquests continguts seran un factor de canvi per a moltes societats, i per això mateix motiu de conflicte, perquè en molts casos seran vistos per algunes cultures com una agressió, com una amenaça per a la supervivència de la seva pròpia identitat.



"En todas las pantallas del mundo prevalece hoy una monocultura homogeneizadora de origen multinacional y de carácter centripeto. Esta monocultura espectacular tiene su origen en Hollywood", escriu Romà Gubern a *Eros electrónico*.

Global contra local

Les antenes parabòliques de televisió (que permeten captar emissions televisives difoses via satèl·lit) han estat prohibides en molts països islàmics: per evitar que la cultura d'aquests països es vegi impregnada –contaminada– per una cultura aliena amb un sistema de valors que s'entén que atempta contra el propi.



L'actitud contra la televisió per part del règim talibà –durant el seu govern a l'Afganistan– és també un paradigma d'aquest doble temor cultural i polític. Els talibans van prohibir taxativament la televisió a l'Afganistan, i no dubtaven a "linxar" els televisors confiscats, "penjant-los de les branques dels arbres (a més d'executar alguns teleespectadors contumàços).

En aquest cas, de tota manera, a més del temor al poder "contaminant" de la televisió (com a via de contacte amb altres sistemes de valors), se li sumava un **recel "ludista" o premodern**, que veu en la televisió (en aquest cas) una perillosa competència a l'Alcorà, a les Sagrades Escripures, a les quals pot robar el temps de dedicació que s'entén que tot fidel ha de dedicar. És una actitud extrema que no s'atura ni a considerar la televisió com un simple instrument l'ús del qual es podria revertir en benefici dels valors propis (cosa que sí que fan altres països àrabs amb la televisió, com es pot veure en el cas d'Al-Jazira).



Cultura carregada de valors polítics: per això els sistemes totalitaris i autoritaris han vist en la televisió un vehicle perillós d'entrada d'idees "subversives", contràries a l'*statu quo* i que poguessin qüestionar-lo.



L'expansió planetària de la televisió planteja dos inevitables conflictes paral·lels: d'una banda, el que hi ha entre **uniformitat i diversitat** i, de l'altra, el que hi ha entre **tradicció i modernitat**.

El conflicte ha derivat, en principi, en l'expansió mundial d'una tradició iconogràfica occidental (i bàsicament anglosaxona), que ha fascinat i impregnat cultures diverses de tot l'orbe, que en gran mesura han adoptat molts d'aquests codis i *weltanschauung* (concepcions del món) occidentals.



Aquest fenomen, els antropòlegs socials l'anomenen *aculturació*. És a dir, un sistema cultural determinat abandona –de manera més o menys ràpida o gradual– els tradicionals senyals d'identitat i valors per a acollir un altre senyal i valors nous.



(Una cosa així hauria succeït al llarg de la història quan una civilització entrava en contacte prolongat amb una altra, i una adoptava els signes culturals de l'altra, deixant en l'oblit les finalitats llavors existents. Un exemple: la civilització ibera va abandonar les seves formes de vida, idiomes, idees, creences i costums pels de la civilització romana acabada d'arribar, i no sempre per l'empenta de les armes.)

En una altra mesura, més que "aculturació" s'han donat fenòmens d'adaptació, reformulació, modulació i modelatge de la cultura transportada per la televisió a les formes de la cultura local.



Els serials sud-americans podrien ser un exemple d'aquest fenomen cultural d'adaptació d'uns esquemes popularitzats mundialment per les sèries de televisió dels Estats Units.

Un altre exemple podria ser la indústria cinematogràfica índia, la més prolífica del món en producció de pel·lícules i sèries per a televisió. Utilitza la narrativa cinematogràfica clàssica i moltes convencions de Hollywood, si bé els seus personatges i trames tenen sabor local, per connectar amb els seus milions d'espectadors. Una de les principals diferències amb el model occidental rau en el fet que un consell censor elimina tot allò que pugui ofendre el pudor sexual. Així, se suprimeix fins i tot el més cast dels petons entre els protagonistes (com feia la censura a Espanya durant els anys del franquisme).

Sovint, aquesta pràctica significa tallar fins a un terç de la durada de l'acció d'algunes produccions nord-americanes.

Recentment, el director de cinema indi Vijay Anand ha proposat de suavitzar aquesta censura i substituir-la per un sistema de qualificació de les pel·lícules, que ha obert un encès debat social.

Davant el concepte d'aculturació, Ramonet proposa un altre terme: *transculturació*, i l'explica així:



"La nostra americanització ha progressat tant avui en dia que, per a alguns, denunciar-la sembla cada vegada més inacceptable. Si es fes, s'hauria d'estar disposat a prescindir d'una bona part de les pràctiques culturals (de vestit, de diversió, de llenguatge, d'alimentació...) que hem adoptat des de la infantesa i que no cessen d'acorrallar-nos. Molts de nosaltres som ja una espècie d'éssers 'transculturals' (de la mateixa manera que es diu transsexuals) mixtos irreversibles que tenen mentalitat nord-americana en cos europeu."

El conflicte entre **la tradició i la modernitat** es basa en el fet que, per a uns, la televisió simbolitza els valors de la modernitat (de costums, de pensament, de valors), mentre que per a d'altres encarna la degradació d'allò que és veritablement valuós: la tradició.



El cas d'Espanya il·lustra en tots els seus matisos aquest debat: d'una banda, l'arribada de la televisió a Espanya va ser entesa com un pas cap a la modernitat, cap al desenvolupament –cosa que homologava una mica la postrada Espanya amb els països del seu entorn europeu–, però, alhora, era una amenaça per als tradicionals valors d'arrel catòlica (en els costums i idees religioses). Per això es va impulsar la televisió a Espanya sota la consigna de difondre amb això els valors religiosos i polítics del règim franquista. Però no es poden posar portes a la tele: per aquesta es va filtrar de tot, i va influir –encara que no es pretengués aquest efecte– en un canvi de la mentalitat, en particular en l'àmbit rural.

És un cas en el qual aquesta frase de l'analista John Hartley adquireix tota la seva dimensió: "Els viatges i la televisió han ampliat la ment".

Però, per a molts, és una ampliació enganyosa, dirigida, ideologitzada, uniformitzadora, homogeneïtzadora.

Telepolítica: que guanyi el millor actor

La televisió va ser utilitzada des del seu naixement pel poder polític: a Europa, els mateixos estats se'n van fer càrrec i aviat els estats totalitaris, des de la Unió Soviètica fins a Alemanya, Itàlia i Espanya.



No és estrany que qui no veïés reflectit el seu propi pensament a la televisió la qualificués d'"alienant" (crítica que alguns encara fan avui).



En els règims totalitaris o autocràtics, la televisió es converteix, doncs, en un altaveu propagador dels missatges del poder establert, en un mitjà de promoció i propaganda. I en els règims democràtics? En les democràcies es tracta que totes les forces polítiques tinguin un accés equilibrat i satisfactori a la televisió per a la propagació de les seves propostes. Però qui dictamina que l'equilibri satisfactori s'ha assolit?



Compareu els mecanismes de control institucional de les televisions públiques europees.

En qualsevol cas, la televisió va alterar els hàbits de la vida política. Des del debat electoral Nixon-Kennedy televisat el 1960, la manera de fer campanya política va canviar: qui va sentir aquest debat per mitjà de la ràdio va coincidir majoritàriament –segons una enquesta que es va efectuar *a posteriori*– que Nixon s'havia imposat a Kennedy per una contundència més gran dels seus arguments de fons; qui va veure el debat per televisió, tanmateix, va coincidir majoritàriament en el fet que Kennedy havia superat Nixon: l'aspecte, el domini del cos, la gestualitat, la presència resultava més atractiva i convincent que la de Nixon (a qui, a més, l'ombra de la barba, desfavoria).

A partir d'aquell moment, els polítics aprenen a veure la televisió com el **mitjà de persuasió política per excel·lència**: es multipliquen els assessors d'imatge especialitzats, que els ensenyen quin color i quina corbata s'han de posar, com se l'han de nuar, quin tipus de roba o pentinat han de lluir, quina actitud han d'adoptar, com han de moure la mans, etc. La seva aparició en pantalla és l'únic moment en què es poden dirigir simultàniament a tots els seus possibles electors. Els polítics aprenen a desenvolupar-se com a **nous actors televisius**, mentre que els teespectadors aprenen a veure'ls com a anunciants d'espots de detergents (potser per això la cambra dels comuns britànica es va negar a donar accés a les càmeres de televisió fins al 1989, després d'una aferrissada polèmica nacional).



El líder polític, cada dia més, ha de ser prèviament un líder electrònic. La política, finalment, s'ha convertit en una branca de l'espectacle.



"El discurso electoral que los políticos presentan en la televisión se integra en el universo del espectáculo, se convierte en discurso espectacular. Los candidatos y los partidos se transforman en actores [...]. Estas formas modifican el estilo de la política", escriu Roland Cayrol a *La televisión y las elecciones* (Gustavo Gili).

Alteren la substància de la democràcia aquestes formes de vida política? Per a alguns estudiosos (Hartley), la televisió és garantia de democràcia, ja que **fa iguals tots els ciutadans davant els seus continguts**, accessibles per a tots per igual (almenys, fins a l'arribada dels canals de pagament).



En aquest sentit, per al filòsof Gustavo Bueno, "sense televisió, no seria possible l'actual democràcia. La televisió coopera contínuament amb la societat democràtica de mercat".

Des d'un altre punt de vista, la naturalesa de la televisió com a mitjà de masses contribueix a la uniformització o homogeneïtzació del pensament dels membres d'una col·lectivitat en la mesura que comparteixen uns missatges dominants, que estaria desnaturalitzant la pluralitat de pensament. És un argument amb retorn: els polítics difonen per televisió els missatges que, mitjançant continus sondejos, saben que seran majoritàriament més ben acollits pels membres de la col·lectivitat.



Per a alguns, "el fet que la informació i l'educació política estiguin a les mans de la televisió representa seriosos problemes per a la democràcia, ja que el *demos* (el poble) està dirigit pels mitjans de comunicació" (Ionescu).



Davant els arguments dels qui opinen que la televisió envileix la política contemporània, s'ha d'assenyalar que també els diaris impresos van rebre acusacions molt semblants abans de l'hegemonia de la televisió.

En l'article "La televisión transforma las noticias" (*La comunicación en la historia*, 1997, Barcelona: Bosch Comunicación), el professor Michel Stephens explica:

"Cuando los reporteros estaban empezando a cubrir por primera vez el Parlamento en Inglaterra a finales del siglo XVIII, uno de sus miembros, William Windham, echaba humo porque se estaba tratando a los políticos como "actores". "¿Qué iba a ser de la dignidad del Parlamento –se preguntaba Windham– si las maneras, los gestos, el tono y la acción de cada uno de los miembros tuviesen que estar sujetos a la licencia, el abuso, la obscenidad de los periódicos?"

Stephens conclou que "los periódicos modernos han favorecido a los candidatos cuyas opiniones se resumen fácilmente en titulares", de la mateixa manera que abans, quan les tirades eren més curtes i no tenien autonomia econòmica (gràcies a la publicitat), els editors afavorien els partits i els polítics que contribuïen a subvencionar el diari, ara la televisió afavoreix els candidats que són "atractivos, hábiles en producir una exposición de 15 segundos de interés periodístico".



La qüestió és: existeix algun *demos* previ a la televisió que puguem prendre com a exemple de *demos* veritablement lliure de tot dirigisme?



A causa de la televisió, **la política s'ha personalitzat** –amb líders mediàtics i creixent irrellevància dels partits– i s'ha impregnat d'emotivitat, perquè el mitjà televisiu és més apte per a la transmissió d'emocions que d'arguments. Així, quan Nixon va ser acusat de corrupció, va argumentar a la televisió, queixós, que la seva dona no tenia abric de pells i que es conformava amb un abric de modesta tela.

Així mateix, més enllà de les conviccions ideològiques i de la capacitat de gestió, el que esperava el poble dels Estats Units del seu president Bill Clinton era veure'l a la televisió acceptar o negar les imputacions que se li feien en la seva relació amb Monica Lewinsky, mirar-lo directament a la cara mentre s'explicava.



Vegeu la imatge de Bill Clinton a la televisió negant la seva relació sexual amb la becària Monica Lewinski.



És un dels moments capdavanters de la societat global en què la televisió transmuta la política en espectacle.

(Alguns morfopsicòlegs, aplicats a escutar les faccions de Clinton en aquest moment, encerten a descobrir en certes arrugues que es formen al seu front el signe inequívoc que aquest home està mentint quan diu que no hi va haver sexe entre ell i Lewinski.)

Cossos catòdics

Els psicòlegs han demostrat que l'ésser humà, des de la seva més tendra infantesa, aprèn per mitjà de les emocions. Un coneixement nou es fixa en la memòria perquè el seu vehicle és una emoció (agradable, estimulant). Sense emoció, no hi ha aprenentatge.



La televisió s'ha convertit en el mitjà de comunicació hegemònic a causa de la seva idoneïtat per a transportar massivament missatges emocionals.



La pintura i l'escultura ja ho havien fet, a una escala quantitativament modesta, com també el cinema ho havia fet, encara que no a una escala tan massiva com la televisió.

L'emoció bàsica és el plaer. Un plaer que aviat té una concreció eròtica. "El cinema és veure passar un bell cos de dona per la pantalla", va escriure el cineasta francès François Truffaut, resumint en una frase l'atracció eròtica que exerceixen les imatges en moviment sobre l'ésser humà.

No és estrany que el sexe tingui un lloc destacat en la iconografia televisiva, heretat d'una llarga tradició occidental, des de l'estatutària de nus grecollatina i els frescos pompeians.

A la televisió, els presentadors d'informatius solen ser joves i macos –llavis sensuals, mirades suggeridores–, i sovint es converteixen en **icones eròtiques** per a bona part de l'audiència (encara que es limitin a llegir notícies). El seu atractiu físic és el vehicle magnètic per a les notícies o, simplement, per a ancorar la fidelitat de l'espectador a aquella cadena.



El cos humà –cossos joves, atractius– és protagonista de la pantalla del televisor.



La joventut és una icona particularment arrelada en l'imaginari cultural dels Estats Units –poble jove, nació jove, etc.–, i aquesta idolatria per la joventut –no comú a totes les cultures del planeta, en algunes de les quals la senectut té un lloc de privilegi en la seva escala de valors– és exportada i globalitzada. Escriu sobre això Romà Gubern:



"Todas las patologías dismorfólicas, inducidas por los medios audiovisuales, derivan de una preocupación acerca de la propia imagen, preocupación que no es raro que se haya desarrollado en nuestra sociedad exhibicionista, presionada por los modelos mediáticos de perfección estética y corporal" (*El eros electrónico*, 2000, Madrid: Taurus).



La televisió, té part de responsabilitat en la promoció i exalçament d'un tipus d'anatomies i el descrèdit i desdeny envers unes altres? Participa en la propagació d'un cànon de bellesa que condueix a psicopatologies com l'anorèxia?

Analitzeu les anatomies dels protagonistes de les telesèries juvenils en antena.

Analitzeu el cas de Rosa, guanyadora de la primera edició d'*Operación Triunfo*.

I afegeix Gubern:



"En esta función de los medios como ventanas o ventanucos sobre el paisaje social reaparece el mironismo colectivo, el voyeurismo propio del 'peep-show' en el que se paga por ver a través de un vidrio, que inhibe la tactilidad, a una persona desnuda o a una pareja fornicando a un metro de distancia, para satisfacer un deseo ajeno."

La televisió, paradoxalment, encara que apropa persones en la distància, les allunya físicament i emocionalment, perquè les estabula en habitatges amb pocs individus i els limita la vida social. Per a compensar aquest efecte,



la televisió s'omple de missatges emocionals, relats que satisfan els insatisfets desitjos emocionals de l'audiència, per mitjà d'un informatiu o d'un serial.



O d'una manera més explícita en emissions de contingut eròtic o sexual (segons l'Associació Espanyola de Pediatria, en un estudi del final dels anys noranta, un nen pot veure a Espanya per mitjà de la televisió unes 14.000 referències de contingut sexual).

Sang a la pantalla

Un dels debats més recurrents entorn de la televisió gira al voltant del protagonisme de la violència en els seus continguts, la profusió més o menys gran d'imatges violentes en el conjunt de les emissions i les conseqüències en la psicologia i comportament dels televidents.

L'Associació Espanyola de Pediatria va fer un estudi segons el qual els nens a Espanya poden veure 18 segrestos, 100 assassinats, 878 baralles, més de 400 tirotejos... Quins efectes tenen aquests fets violents en l'espectador adult i en el nen?

L'adult experimenta una sensació de rebuig i d'atracció simultàniament. Per a Ramonet, utilitzant com a símil un partit de futbol, la violència i la sang són, als informatius, la pilota que la càmera segueix. En la ficció, a les sèries i pel·lícules televisades, les escenes violentes esglaien, hipnotitzen i paralitzen el telespectador, l'obliguen a seguir el relat.

Des d'un punt de vista ètic o moral, la violència televisiva ha estat qualificada de "teleescombraries" (entre la qual es podria distingir, seguint la classificació de Gustavo Bueno, entre "teleescombraries desvetllada" –la que recullen els informatius i documentals) i "teleescombraries fabricades" (la violència elaborada per les sèries de ficció).

Quina influència té el visionatge d'aquesta violència en l'actitud i comportaments de les persones? Quant als nens, hi ha pedagogs que assenyalen que veure aquests actes pot tenir un valor educatiu "de xoc" –en un visionatge convenientment guiat– per a instruir el nen sobre la inconveniència de l'ús de la violència. No s'ha d'oblidar la successió d'actes violents que tradicionalment reflectien els contes infantils –fins i tot els més aparentment cànids– i els que amaguen els dibuixos animats, etc.



Imatges de *El Correcaminos y el Coyote*

Els dibuixos animats de la Warner Bros, de la millor època (Bugs Bunny i Elmer, l'Ànec Lucas, Correcaminos i el Coiot, el gat Silvestre i Piolindo) eren especialment profusos en escenes violentes –o els de Tom i Jerry–: explosions, caigudes, aixafades, escorxaments, cremades, etc. Quin tipus de violència era aquesta? Aquests dibuixos animats, violents?, vistos per generacions de nens, quin efecte van tenir? Estimulava el comportament violent o, a mercè de l'estilització de la violència dibuixada i el distanciament irònic del relat, instruïa sobre la ridícula de la violència?

Els Estats Units és el país que més estudis i investigacions ha fet sobre la relació de la violència televisada i el comportament humà. La successió d'episodis violents en la història americana durant els anys seixanta (assassinat dels Kennedy i de Martin Luther King, la violència racial, la guerra del Vietnam) va esperonar aquesta preocupació per la violència audiovisual.



De la profusió d'aquestes investigacions sobre la violència televisada no es pot extreure una conclusió científicament certa i irrefutable.



La meitat estableixen una connexió causal entre la violència visionada i comportaments agressius dels televidents, i l'altra meitat negava aquesta vinculació.



Lorenzo Vilches, estudiós de les anàlisis fetes sobre violència i televisió conclou que "los estudios y valoraciones actuales que se hacen sobre la gran cantidad de investigaciones empíricas, tanto de laboratorio como de campo que se efectuaron principalmente en los años 60 y 70 coinciden en afirmar esencialmente dos conclusiones indiscutibles:

"la primera es que a pesar de la dificultad en señalar causalidades demostrables, **existe una relación entre la violencia televisiva y la violencia en la sociedad**. La segunda es que la mayoría de programas emitidos por **las televisiones, contienen gran cantidad de escenas violentas**. Para algunos, no habría ninguna duda sobre el hecho de que la excesiva exposición a estos programas incrementa –bajo ciertas condiciones– la agresividad en los niños.

"Pero a pesar de estas evidencias la complejidad del problema estudiado hace difícil realizar extrapolaciones concretas y operativas que tengan base científica. Esto se debe a que existen múltiples variables que inciden en la relación televisión –violencia– sociedad: sexo, edad, *status* socioeconómico, tendencias preexistentes a la agresividad, frustraciones y situaciones sociales tales como la estructura familiar o los modelos de comunicación entre padres e hijos. Pero si estas variables interactúan de hecho en relación con la violencia, no es posible establecer una causalidad sucinta. Además, existen otras variables poco estudiadas cuyo poder de influencia no puede pasar desapercibido, tales como la discriminación racial y social que en algunos países llega a ser el problema central (Murray, 1980). Por ello, el debate no puede quedar encerrado sólo en los límites de un laboratorio psicológico o sociológico. Al plano científico se deben añadir otros factores que contextualizar el problema, como el de la cuestión del consumo televisivo. O bien, cuestiones siempre postergadas pero que aparecen como esenciales en la construcción de la imagen televisiva: la presentación de los programas y el papel de la publicidad que puede incrementar las expectativas irreales, agravar los problemas existentes, contribuir a la frustración y consecuentemente contribuir a la violencia y la agresión (Halloran, 1970).

Lorenzo Vilches (1993). *La televisión. Los efectos del bien y del mal* (pàg. 44). Barcelona: Paidós Comunicación.



És recomanable la lectura del llibre *La violència en la mirada* (S. Aran, F. Barata, J. Busquets i P. Medina, editorial Tripodos-URL).

S'hi analitza la violència a la televisió, posant èmfasi en l'actitud i el paper del teleespectador davant el televisor, en la seva interpretació dels missatges i en la seva incardinació social.

La publicitat televisada

Al començament del segle XX, una persona que s'aturava a llegir un cartell al carrer, es quedava mirant-lo una mitjana de catorze segons. Actualment, ho fa durant uns dos segons. Aquesta acceleració de la capacitat de percepció visual és resultat d'un aprenentatge, d'un entrenament de la mirada.



La publicitat ha estat la professora d'aquest ensenyament perceptiu: com menys temps invertit en la transmissió d'un missatge, més rendibilitat de la inversió.



El creixent ús de plans curts en els anuncis publicitaris de la televisió està relacionat amb aquesta recerca de l'estalvi de temps (en la mesura que el pla proper facilita la comprensió de l'espectador, per la qual cosa pot ser exposat més ràpidament). A més, la ràpida successió de plans curts crea un efecte hipnòtic.

La publicitat televisiva, doncs, des de mitjan segle XX, ha anat educant la vista del teleespectador, fet que té conseqüències al món de l'art fotogràfic i cinematogràfic en l'univers de les arts visuals en general. El ritme de la narració cinematogràfica s'ha anat accelerant a mesura que ho feia aquest entrenament visual del públic, en el qual

han intervingut així mateix els videoclips musicals.

Un llargmetratge cinematogràfic relata una història en dues hores; un videoclip musical, en dos minuts. Un spot publicitari, en vint segons. En suma, la televisió ofereix una successió de relats: l'spot, la pel·lícula, la telesèrie, l'informatiu, etc. Relats amb codis cada vegada més amalgamats, més propers els uns dels altres.



José A. Cortés, en el seu llibre *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión* (Pamplona: Eunsa), introdueix el concepte de "neotelevisió", que seria el nou model actual de televisió al món, derivat de la fragmentació de les audiències. En aquesta nova concepció de la televisió, la publicitat és tan protagonista com qualsevol altre dels gèneres televisius convencionals i clàssics:

"La neotelevisión convierte la oferta en un gran supermercado donde la ficción, la información, el espectáculo y la publicidad forman parte de un 'totum revolutum' en el que a veces la distinción de estos campos es casi imperceptible. Se trata de una oferta sinérgica y total, y de una lectura por parte del espectador cada vez mas fraccionada y compulsiva." (pàg. 51)



Quins anuncis vistos ahir per televisió recordeu?

Fins i tot el discurs polític s'ha adaptat al relat publicitari:



"El anuncio de televisión ha sido el instrumento principal en la creación de métodos modernos de presentación de las ideas políticas", escriu Neil Postman a *Divertirse hasta morir* (2001, Barcelona: Ediciones de la Tempestad).

I afegeix:



"En Estados Unidos, la metáfora fundamental del discurso político es la televisión comercial".

En aquesta simbiosi existent entre publicitat i política a judici de Postman,



"la lección que nos dejan los grandes anuncios de televisión es la siguiente: nos dan un slogan, un símbolo o un enfoque que crea para los telespectadores una imagen global y convincente de sí mismos. En el desplazamiento de la política de partidos a la política de televisión, se procura la misma meta. No se nos permite saber quién sería mejor para presidente, sino quién tiene la imagen que mejor puede calmar la profundidad de nuestro descontento".

Sobre l'efecte hipnòtic de la publicitat, Ignacio Ramonet dóna aquesta visió a *La golosina visual* (2000, Madrid: Temas de Debate, pàg. 85):



"La hora de difusión del mayor número de 'spots' –al final de la jornada laboral– y el lugar elegido para mirarlos (en general, la sala de estar) favorecen esta fase hipnoide. La concentración, el silencio, el cansancio, la penumbra, el relax, la posición tendida, el ambiente mullido de los salones, son otros tantos elementos susceptibles de provocar un leve trance y de absorber la atención. Inmerso en tales condiciones, el telespectador pierde una parte de su personalidad consciente, disminuye su voluntad y su discernimiento, se vuelve más receptivo a las sugerencias (sugerir consiste en significar sin decir), sobre todo cuando éstas aluden a todo lo que depende del registro afectivo. De este modo, los 'spots' provocan una especie de sonambulización."

No tots els estudiosos coincideixen amb Ramonet: està realment atent el teleespectador quan la televisió emet els spots publicitaris?



Algun estudi dibuixa la figura del "telespectador distret" per definir una actitud descuidada respecte al que succeeix a la pantalla, i més encara durant les emissions d'espais publicitaris.



En qualsevol cas, tot i la falta de concentració, sí que és cert que el ciutadà de la societat de masses "respira oxigen, nitrogen i publicitat", en una frase encertada d'un publicitari.

També sembla clar que els espots publicitaris ofereixen al telespectador un ventall de possibilitats per a crear-se una imatge d'ell mateix (i depenent d'aquella imatge, adquirir el producte promocionat). Així, un anunci d'un cotxe vehicula una imatge d'un cert estatus social; la d'un electrodomèstic, la idea de confort que voldria per a ell mateix i la família; la d'un sabó al·ludeix a la bellesa que es pretén, i així successivament.



"Los 'spots' venden sueños, proponen atajos simbólicos; propagan símbolos, ante todo", resumeix Ramonet, i si estableixen un culte a l'objecte no és tant pels serveis pràctics que puguin prestar com "por la imagen social que de sí mismos llegan a tener los consumidores".



L'espot publicitari, doncs, més enllà de la funció comercial, exerceix una funció de "prescriptor social" d'actituds i comportaments (com fa, en general, el conjunt de l'oferta televisiva).



La televisió, avui, "más que informar y entretener, es un espejo de modos de vida, de comportamientos", en paraules de José A. Cortés (*La estrategia de la seducción*).

I sobre el lloc que ocupa la publicitat en les programacions televisives actuals, Cortés formula aquesta reflexió:



Vegeu l'anunci de Gin Larios, com a exemple (acarat amb imatges de pel·lícules de Lenie Riefenstahl).



© 2002 Leni Riefenstahl

En un procés ("políticament correcte") creixent de prohibició de la publicitat de begudes alcohòliques, els creatius publicitaris han anat estilitzant cada vegada més els espots de les esmentades begudes. Del que es tracta és de transmetre una actitud davant la vida vinculada a aquella beguda (el producte), de manera que la seducció d'aquell model vital arrossegui l'espectador a buscar la seva emulació per mitjà del consum del producte. Per tant, no es promociona directament el producte, sinó una estètica, uns valors vitals, unes maneres de ser al món.

En el cas d'aquest anunci, una connexió amb el món per mitjà del cos (i de la música, la diversió, el riure, el contacte físic, la sensualitat, el mar: els espais oberts), de la glòria física dels cossos. Es mostren cossos harmònics en moviment, bells, proporcionats, que evocuen l'estatuària grecollatina, la bellesa clàssica, mediterrània (mar = Mediterrània).

L'ús esteticista del blanc i negre reforça l'esmentada connexió clàssica, i alhora emparenta aquest espot amb les innovadores propostes visuals (en el seu moment, en els anys trenta) de la cineasta alemanya Lenie Riefenstahl. En els seus documentals durant el règim nazi (*El triomf de la voluntat* i altres), Riefentahl va usar la càmera amb hàbil saviesa estètica i narrativa per aconseguir enaltir el cos humà, l'anatomia dels atletes, i va saber transmetre l'èpica del cos conreat, la bellesa d'uns cossos que eren al·legoria del superhome que, per la determinació de la seva voluntat, s'imposa al món i forja el destí de domini.

Aquella estètica –i el missatge aparellat–, mig segle després, no ha perdut la seva eficàcia, i el seu ús publicitari ho demostra.

(No debades hi ha qui considera, càusticament, Goebbels, el precursor de la publicitat contemporània. Va ser ell qui va dir, "si repeteixes una mentida moltes vegades, acabarà essent veritat". I "Com més gran sigui la mentida, més veritat semblarà". Un altre dels seus "creatius" eslògans va ser: "El treball us farà lliures". Un lema que va aparèixer als camps de concentració... "El cinismo es la marca de fábrica de todo buen publicitario", ha declarat sobre això Frederick Beigbeder, autor de la novela diatriba contra la publicitat *13'99 euros* (2002, Barcelona: Anagrama).



Activitat 4

- Vegeu algun (o alguns) espots publicitaris en pantalla i extraieu valors que transmeten (superació personal, promoció social, agressivitat, competència, lubricitat, etc.), i també els recursos utilitzats pel relat, els seus referents narratius i estètics, l'estil, etc.
-



"Muchos estudiosos, al enfrentarse al fenómeno de la televisión y a sus contenidos, han dejado de lado la publicidad, como si fuera algo extraño o ajeno al quehacer televisual. Esa unidad que trae consigo el flujo televisivo en la nueva televisión hace que la publicidad tenga cada vez un valor más importante. Y no sólo como elemento económico. Al ser parte del todo, sus mensajes, más elaborados a veces que los propios programas –en los que, no nos olvidemos, se integran–, son un espejo más claro de hábitos, costumbres, formas de vida o maneras de comportarse y hablar, a las que los telespectadores no son impermeables".

El comandament mana: el zàping

Als Estats Units, la televisió no és concebible sense la presència de publicitat comercial, que la sufraga. A Europa passa el mateix amb les televisions privades, i gairebé igual amb la majoria de les públiques (per tal d'alleugerir els pressupostos estatals de part dels costos del seu manteniment). A la pràctica, això significa que la publicitat i els continguts de la programació conformen una simbiosi necessària: cada una de les dues parts necessita l'altra. Una simbiosi que José A. Cortés (*La estrategia de la seducción*) descriu així:



"La función de la programación sería la de seducir al público; la de la publicidad inserta en los programas, sería la de persuadir. Sin la primera no se daría la segunda. Sin ésta, no sería viable aquélla."

Per tant, els continguts televisius entren de ple al joc de l'oferta i la demanda, del mercat, que en el cas de la televisió es denomina *audiència*. L'audiència, davant de tota aquesta oferta, tria. L'eina d'elecció és el **comandament a distància**. (I aquí intervenen, una altra vegada, com sempre, l'ull, la mà i l'eina: com els primers *sapiens*).



L'emissió de publicitat (a Espanya, blocs de fins a dotze minuts per cada hora de programació televisiva) condiona així mateix l'actitud de l'audiència davant el televisor.



Nombrosos estudis han constatat que durant les pauses als programes –per a l'emissió de la publicitat– creix el consum d'aigua, fet que indica que el televident va al lavabo o a la cuina (o, en qualsevol cas, suspèn la seva atenció a la pantalla).

I, a més del fet que el telespectador s'absenta durant els espots o es distreu amb una altra activitat, un elevat nombre de telespectadors practica el zàping: aquest anglicisme al·ludeix a l'acció de canviar compulsivament de canal per mitjà del comandament a distància del televisor. Està comprovat per mitjà dels mesuraments audiomètrics (a Espanya ho fa l'empresa d'audiometria Sofres) que,



durant les pauses publicitàries, les gràfiques d'audiència dels programes recullen una caiguda –una "vall"–, que origina un cim simultani –una corba ascendent– en un altre canal.



L'audiència, per mitjà del zàping, es va desplaçant d'una cadena a una altra, eludint les pauses publicitàries, gràcies a l'ús àgil del comandament a distància.



Fins als anys vuitanta no es va estendre a Espanya l'ús del comandament a distància (que es va fer gairebé imprescindible als anys noranta, per la irrupció dels canals privats de televisió: de dues ofertes –tres en alguna comunitat autònoma– es va passar de cop a cinc o sis). El seu ús va canviar l'actitud del telespectador davant la pantalla del televisor.

Abans de la irrupció del telecomandament, es triava un canal i la tendència era la de visionar –sencer– un programa complet, i canviar de cadena –aixecant-se de la butaca– al final, per triar-ne un altre.



El comandament a distància ha facilitat el canvi constant de canal, i, per tant, la visió fragmentada dels programes televisius. Una fragmentació creixent, cada vegada més veloç.



Aquest fenomen determina també els esquemes interns dels programes televisius –i, molt en particular, en el cas dels que es fan en directe–, que han de procurar mantenir a tota hora l'atenció del teleespectador. Els presentadors de molts d'aquests programes estan pendents –per mitjà d'un monitor– de quan el programa de la competència emet la seva publicitat, perquè, en aquell moment en què els espectadors de la competència fan zàping intentaràn atrapar-los al vol oferint-los com a ganxo algun moment televisiu d'especial atractiu.



S'ha dit que la pràctica del zàping ve a ser una al·legoria de l'actitud d'ésser humà contemporani en les societats de l'abundància: compulsiva, frenètica, febril, impacient, voluble, inconstant, capritxosa, enganxada a l'efímer (*El imperio de lo efímero*, titulava Gilles Lipovetsky un dels seus llibres, anàlisi de fenòmens propis de la societat postmoderna com la moda).

Algun observador ha cregut detectar, d'altra banda, que la practica del zàping és més habitual i compulsiva entre els teleespectadors masculins que entre els femenins, que s'estimen més triar un programa i ser fidels fins al final.

Debat: és el teleespectador masculí més infidel (televisivament parlant) que el femení?

Davant l'amenaça de la saturació publicitària i del zàping, els creatius publicitaris busquen recursos que els inactivin: un passa per integrar més la publicitat al discurs del programa –emplaçament de productes amb la marca a la vista, o fer que el mateix presentador promocioni el producte–, i un altre consisteix a esforçar-se en la recerca constant de llenguatges visuals creixentment vistosos, en innovacions contínues que han fet que alguns espectadors considerin més atractius molts dels espots actuals que els programes que aquells espots interrompen.



Una paradoxa descoberta per Ignacio Ramonet: la visió antitètica del "Sud" llançada pels informatius i per la publicitat, respectivament. Els informatius es refereixen habitualment al sud com a "infern" (aquest lloc on esdevenen cataclismes naturals, hecatombes humanes, guerres, desgràcies, gana, misèria, abandonament, malalties, sida, subdesenvolupament), mentre que la publicitat es refereix al sud com a "paradís" (platges amb sol i palmeres, mars transparents, vida regalada, plaers, pau, assossec, sensualitat, etc.).

Imatges contra lletra impresa: desafiament final?

Xiclet per als ulls

El poeta català Joan Brossa –citant algú– va definir la televisió com a "xiclet per als ulls". És a dir, un entreteniment inescotable. Un mastegar sense digestió, sense nutrició, sense més objecte ni objectiu que la mateixa masticació. Un contingut plàstic, mal-leable i gomós que canvia de forma mentre fa voltes i revoltes al nostre paladar visual. Una cosa que es mira sense pensar, etc.

En aquesta definició es resumeixen, doncs, les claus de l'èxit de la televisió (qui no ha mastegat durant hores a la seva vida xiclet amb el gust més deliciós i buit d'aliment?), i també els motius pels quals la fustiguen els qui la xifren com una amenaça per a un desenvolupament òptim de les capacitats humanes, com una artificiosa trampa per a desviar l'home de reflexions profundes, substancials, fructíferes.

Aquest "xiclet per als ulls", aquest mitjà que és la televisió, no seria a la fi sinó un mitjà per a "divertir-se fins a morir", frase encunyada per Neil Postman. Neil Postman, Ignacio Ramonet, Pierre Bordieu o Giovanni Sartori són els pensadors que encapçalen una crítica frontal contra la televisió depenent d'aquest punt de vista.



Els apocalíptics veuen en el mitjà televisiu una amenaça flagrant per al ple desenvolupament personal i social de l'home en el món contemporani i futur.



En la novel·la *Un món feliç*, Aldous Huxley argumentava que el que ens dóna plaer i presumpta felicitat pot acabar

per arruïnar la nostra llibertat, el nostre ésser. Un argument contra els paternalismes estatals, contra els totalitarismes, que Postman recull per dirigir-lo contra la televisió. Per a Postman, la televisió ha arruïnat l'"era de la dissertació", en la qual l'ésser humà tenia capacitat per a escoltar, pensar i debatre durant hores, era que ha estat substituïda per l'"era de l'espectacle" propiciada per la televisió.



"La televisión está transformando nuestra cultura en un vasto anfiteatro al servicio del negocio del espectáculo", explica Postman a *Divertirse hasta morir*. I afegeix, lapidàriament: "Los estadounidenses son los mejor entretenidos y, probablemente, los peor informados del mundo occidental."

Per què aquesta tendència a l'espectacle de la televisió?



"Los actuales imperativos de rentabilidad y la presión de la competencia entre los grupos mediáticos hacen cada vez más frecuente el recurso al sensacionalismo", explica Ignacio Ramonet (*La golosina visual*, 2000, Madrid: Temas de debate), i resumeix: "Hoy sabemos con espanto que nuestra sumisión y el control de nuestros espíritus no serán conquistados por la fuerza sino a través de la seducción, no como acatamiento de una orden, sino por nuestro propio deseo, no mediante el castigo, sino por el ansia de placer..."

Pierre Bordieu està d'acord amb aquest principi d'espectacularització, al servei únicament de la rendibilitat comercial, d'un balanç econòmic positiu:



"La lógica de lo comercial se impone a las producciones culturales" i "los periodistas tienen unas lentes particulares mediante las que ven unas cosas y no otras, y ven de una forma determinada lo que ven. El principio de su elección consiste en la búsqueda de lo sensacional."

I Bordieu és molt escèptic sobre les possibilitats de la televisió actual per al foment de la rebel·lió intel·lectual:



"La televisión no resulta muy favorable para la expresión del pensamiento. Establece un vínculo negativo entre la urgencia y el pensamiento [...] Uno de los mayores problemas que plantea la televisión es el de las relaciones entre el pensamiento y la velocidad. ¿Se puede pensar atenazado por la velocidad?"

Estem davant d'un sinistre contuberni transnacional, davant d'una cúpula malèfica de conspiradors contra l'intel·lecte?



Per a Bordieu no seria tant això com que el mitjà televisiu, fatalment, té un discurs que "tiende a homogeneizar y banalizar, a conformar y a despolitizar, a pesar de que no se destina a nadie en concreto y de que nadie ha pensado ni pretendido conseguir nunca semejante objetivo".

Humanitat lectora i humanitat televident

Quan al poeta hispanoromà Marcial, a Bilbilis (avui Calataiud) li van ensenyar per primera vegada una pila de quartilles relligades pel llong, és a dir, un llibre (tal com avui el coneixem), l'escriptor llatí va exclamar: "La literatura ha mort!" fins en aquell moment, els rotlles de paper eren el suport habitual de la literatura.

Des d'aquell moment, més d'una vegada s'ha cantat el final de la literatura, dels llibres, de la lletra impresa, de la cultura alfabetitzada... Aquest debat es va empitjorar al llarg del segle XX, amb l'adveniment del cinema i, sobretot, amb l'hegemonia de la televisió com a mitjà de comunicació de masses i com a agent privilegiat de la cultura popular. És un debat que continua viu en el segle XXI, i que s'ha empitjorat amb la implantació d'Internet.



Acabarà la televisió amb la lletra impresa? El cert és que la lletra impresa manté el seu prestigi social, al marge que la majoria de ciutadans usin principalment la televisió per informar-se i entretenir-se.

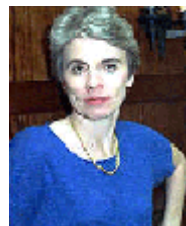


Sobre això, Neil Postman, malgrat el seu discurs apocalíptic davant l'hegemonia audiovisual de la televisió, admet que això no ha significat de moment la desaparició de les formes clàssiques de comunicació, com la parla o l'escriptura (fet que ha evitat que la televisió exerceixi una influència incontestada a la nostra societat).

Sobre aquest debat –televisió enfront d'impemta, o dues formes enfrontades de la cultura–, és molt sucosa i il·luminadora una discussió mantinguda entre Neil Postman i Camille Paglia.



Neil Postman presideix el Departament d'Arts i Ciències de la Comunicació de la universitat de Nova York. És autor d'*El fin de la infancia*, *Divertirse hasta morir* i *Tecnópolis*.



Camille Paglia ensenya a la Universitat de les Arts de Filadèlfia. És autora de *Sexual Personae* i *Sex, Art and American Culture*, i també de nombrosos assajos sobre assumptes relacionats amb els mitjans de comunicació.

Per a Postman, la televisió trenca els hàbits de la lògica i el pensament, del raonament tal com havia conreat la lletra impresa fins ara. Per a Paglia, **la televisió és la cultura**.

Postman i Paglia es remunten a la història sagrada jueva per a explicar l'adopció de la paraula com a mitjà de representació de Déu, evitant la representació per la imatge (igual que després farà l'islam i, més tard, la reacció luterana al creixent "desviacionisme" imaginari del cristianisme medieval).

La impremta va ser l'instrument de Luter: la paraula, i el lliure accés a aquesta. El catolicisme, en canvi, va témer la paraula impresa i va optar per la imatge, per l'"espectacle", assenyala Postman. "Sexe i violència", postil-la Paglia, evocant les estàtues de sants que veia de nena a l'església del seu barri (Sant Sebastià assagetat, Santa Teresa en orgasme místic, etc.).

Postman predica la incompatibilitat de cultura impresa i cultura visual, principi que Paglia rebutja, posant-se ella mateixa com a exemple: els nascut en el *baby boom* tenen ensinistrat el seu cervell –argumenta– simultàniament d'acord a la lògica alfabetitzada i a la visual.



Activitat 5

Aquest que segueix és el debat lúcid. Llegiu el capítol 36 de Paglia i Postman, *La Comunicació en la Historia*. Barcelona: Bosch Comunicació.

- Anoteu tots els arguments que us semblin valuosos i sensats –i també els que us semblin desmesurats o gratuïts– a la defensa de les tesis de Postman i de Paglia. Després, obriu debat posant-los en comú.



Dos culturas: televisión frente a imprenta

Neil Postman y Camille Paglia

Neil Postman es actualmente presidente del Departamento de Artes y Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Nueva York. Entre sus numerosos libros, tres se relacionan directamente con la historia de la comunicación: *The Disappearance of Childhood*, *Amusing Ourselves to Death* y *Technopoly*. Camille Paglia enseña en la Universidad de las Artes de Filadelfia. Sus dos libros, *Sexual Personae* y *Sex, Art, and American Culture*, así como numerosos ensayos sobre temas relacionados con los medios de comunicación, no carecen de polémica.

«Lo que veo aquí como peligroso», dijo él, «es la discontinuidad de la emoción que provoca la televisión, su antinatural evocación, cada cinco minutos, de emociones distintas e incompatibles».

«Sales de un restaurante», dijo ella, «y te mata un acondicionador de aire que cae. Un tornado azota una comida al aire libre. La realidad no tiene ningún sentido. La televisión, de hecho, está más próxima a ella que cualquier aspecto de los libros. La locura de la tele es la locura de la vida humana».

Así transcurría la conversación entre dos críticos culturales, Neil Postman y Camille Paglia, que emprendían una discusión que ha irritado a casi todo el mundo en este siglo: la disputa por la preeminencia entre las palabras y las imágenes, hoy entre los libros y la televisión. Este conflicto es solamente americano, un debate tan denso con los prejuicios que nos ha vuelto mentirosos a casi todos: «Yo no miro la tele» es hoy una hipocresía tan común entre aquellos que leen que se ha convertido en una especie de mantra. Y «Yo leí ese libro» constituye un eufemismo aceptable entre las recientes generaciones para decir simplemente que uno ha oído el título.

*Neil Postman es uno de los más originales escritores en la defensa del libro. Catedrático de artes de la comunicación en la Universidad de Nueva York y autor de *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*, Postman es un erudito, educado en el mundo pretelevisivo, cuya elocuencia debe mucho a la prosa declarativa clásica de Strunk y White. Sostiene que la lectura es un proceso ordenado que requiere que nos sentemos a una mesa, consumamos ideas de izquierda a derecha y emitamos juicios de verdad o falsedad. Por su naturaleza, la lectura nos enseña a razonar. La televisión, con sus fortuitas e inconexas imágenes, trabaja en contra de esta tradición lineal y rompe los hábitos de la lógica y del pensamiento. Postman ha afirmado que las dos palabras más peligrosas de este siglo son «Ahora... esto»: ese extraño artilugio verbal proferido por los áncoras de la televisión para facilitar la transición desde un reportaje sobre un desastre natural hacia un anuncio acerca de tu necesidad -desesperada necesidad, de hecho- de un cepillo de dientes eléctrico.*

*Quienes polemizan desde el otro lado generalmente elaboran débiles y poco convincentes argumentaciones. Con la posible excepción de Marshall McLuhan, cualquiera que haya escrito acerca de la televisión lo ha hecho con apologías. Recientemente, ha surgido una nueva crítica llamada Camille Paglia. Es catedrática de humanidades en la Facultad de las Artes de Filadelfia y actualmente está acabando una historia crítica de la cultura que abarca desde las pinturas rupestres de Altamira al concierto de los Rolling Stones en Altamont. El Volumen Uno, titulado *Sexual Personae: Art and Decadence from Nefertiti to Emily Dickinson*, fue recientemente nominado para un Premio Nacional del Círculo de Críticos Literarios. Paglia nació después de la Segunda Guerra Mundial, un accidente al que ella atribuye gran significado. Oírla hablar es confirmar su teoría acerca de la influencia de los medios de comunicación modernos: Habla con un torrente de imágenes, yuxtaposiciones y cortes de saltos verbales. Sostiene que en lugar de criticar la televisión, la mayoría de académicos y otros críticos culturales simplemente desdeñan, a modo de destitución, su enorme poder: una especie de negación intelectual. La televisión, afirma Paglia, es la cultura. Y, pregunta, ¿por qué criterios y para quién es la última Madonna un icono menos significativo que el anterior? Respecto a aquellos que sostienen que los niños que miran la televisión no pueden recordar ninguno de los hechos mencionados en ella, se pregunta si alguna vez hemos mirado la televisión. Tal vez estemos haciendo otra cosa cuando estamos con la mirada fija ante la pantalla; tal vez la rememoración de los hechos no tenga nada que ver con el significado o el efecto de la televisión.*

Dado que ningún otro par de pensadores han realizado recientemente argumentaciones tan sugerentes, Harper's Magazine decidió presentarlos. Enviarnos a cada autor una copia del libro del otro y pedimos a cada uno de ellos que lo leyese. Una fría noche de invierno de diciembre, les pedimos que cenasen en la Sala de Degustaciones privada del restaurante Le Bernardin de la ciudad de Nueva York: una pequeña habitación de vidrio situada dentro de la cocina del Chef Gilbert Le Coze. A lo largo de toda la conversación Bruno Jourdain sirvió un menu dégustation comenzando con seviche de lobina negra y vasos de St. Veran Trenel (1988). Comenzamos la cena con una bendición en la forma de dos lecturas extraídas de la Biblia.

«No te harás esculturas ni imagen alguna.»

– Éxodo 20:4

«Al principio era el Verbo, y el Verbo estaba con Dios, y el Verbo era Dios.»

– Juan 1:1

CAMILLE PAGLIA: Pero Juan lo entendió todo mal. «Al principio era la naturaleza.» Ésa es la primera frase de mi

libro. La naturaleza -violenta, caótica, impredecible, incontrolable- antecede y se opone al ordenado y estructurado mundo creado por la palabra, por la ley, por la cultura centrada en el libro del Judeocristianismo. La imagen -que es pagana y expresiva del sexo y la violencia de la naturaleza- fue proscrita por Moisés a favor de la palabra. Ahí es donde comenzaron nuestros problemas.

Recuerda que cuando los Diez Mandamientos fueron dictados en el monte Sinaí, Moisés acababa de conducir a los judíos fuera de Egipto. Habían seguido a José ahí abajo varios cientos de años antes y se habían convertido en trabajadores residentes y después en esclavos. Con el tiempo, el Judaísmo se había mezclado un poco con los cultos egipcios locales: un sincretismo que no es distinto de la Santería del Caribe, con su mezcla de vudú y Catolicismo. Cuando Moisés intentó lograr que su pueblo abandonase Egipto, hubo resistencia: «¿Qué estamos haciendo? Moisés, estás loco. ¿De qué patria estás hablando?». Los Diez Mandamientos fueron un intento de clarificar lo que es hebreo, lo que es judío.

El Segundo Mandamiento implica que el Dios hebreo no tiene ninguna forma, que es puro espíritu. Los dioses egipcios aparecían a menudo en forma animal. Los cultos paganos de Egipto, Babilonia y Canaá adoraban este tipo de ídolos: por ejemplo, al Becerro de Oro. Es decir, que Moisés está diciendo: «Nosotros no adoramos a los dioses de la naturaleza, sino a un Dios que está por encima de ésta, un Dios que creó la naturaleza. Al Dios último».

Y la prohibición contra las imágenes escultóricas no prohibía únicamente ídolos paganos. Prohibía todas las imágenes visuales, de cualquier cosa de la tierra o de los cielos. Moisés sabía que una vez que un pueblo comienza a realizar imágenes de cualquier clase, se enamoran de ellas y las adora. Históricamente, el Segundo Mandamiento desviaba la energía creativa judía lejos de las artes visuales y hacia la literatura, la filosofía y la ley.

NEIL POSTMAN: Es curioso que de los tres primeros, denominados mandamientos constitutivos, dos de ellos se refieren a las comunicaciones: las prohibiciones contra la realización de imágenes escultóricas y de tomar el nombre del Señor en vano. Con todo, esto adquiere sentido si piensas en los problemas de construir un sistema ético hace 3.000 años. Era crítico decir a los miembros de la tribu cómo simbolizar su experiencia. Por eso Moisés eligió la escritura -utilizando un alfabeto fonético, que los judíos, sin duda, tomaron de los egipcios- para conceptualizar a este Dios que no era visual ni material. La escritura es el medio de comunicación perfecto porque, a diferencia de las imágenes o de una tradición oral, la palabra escrita es un sistema simbólico de un sistema simbólico, extraído dos veces de la realidad y perfecto para describir a un Dios que está también, en gran medida, extraído de la realidad: una divinidad no física y abstraída. Moisés eligió inteligentemente la correcta estrategia comunicativa. Con el Segundo Mandamiento, Moisés fue la primera persona que dijo, más o menos: «No miréis la tele; id a hacer vuestros deberes».

Lo más importante es que la palabra escrita prevé el desarrollo de un Dios que es, sobre todas las cosas, *móvil*. Inventar un Dios que existe únicamente en la palabra y a través de ésta es hacer un Dios que puede tomarse en cualquier parte. Del mismo modo que la escritura es discurso portátil, el Dios de Moisés es un Dios portátil, que es adecuado para un pueblo que se pone en camino en un largo viaje.

PAGLIA: Por eso la cultura judía constituye una de las fuentes de la tradición occidental y la cultura occidental está tan desarrollada intelectualmente. El pensamiento judío es altamente analítico, como lo es la filosofía grecorromana. Ambos son muy apolíneos. Pero la tradición grecorromana es también una tradición de idolatría pagana. La primitiva Cristiandad, que ganó prosélitos por primera vez entre el pobre, el marginado y el inculto, necesitaba utilizar imágenes visuales, que se hicieron cada vez más pronunciadas en la Edad Media y en los comienzos del Renacimiento. Al margen de esto se situó el renegado sacerdote Martín Lutero, que diagnosticó correctamente una desviación de la auténtica Cristiandad primitiva en el Catolicismo medieval. A los católicos nunca se les dice que lean la Biblia. En lugar de ello, deben escuchar al sacerdote hacer comentarios sobre extractos de la Biblia, generalmente sólo del Nuevo Testamento.

POSTMAN: Lutero denominó al invento de la imprenta el «supremo acto de gracia por el cual el Evangelio puede llevarse adelante». Y lo fue. Como resultado de la Reforma de Lutero, la geografía intelectual de Europa enloqueció. Hasta entonces Venecia, en el sur de Europa, era el centro impresor pionero y una de las capitales intelectuales mundiales. Entonces la Iglesia católica se puso nerviosa por ello, debido a las posibilidades de una mayor herejía, y comenzó a restringir la prensa. Y entonces, en el mismo año, murió Galileo y nació Newton. El poder intelectual de Europa se trasladó del sur al norte. Inglaterra, Escandinavia, Alemania se convirtieron en el reino de la palabra, y el sur regresó al espectáculo. El Catolicismo acudía frecuentemente a la ornamentación y a la música y pintura bellas. Hasta en la actualidad, España, Italia y el sur de Francia se nos presentan como centros de las grandes artes visuales, desde el Escorial hasta la Capilla Sixtina. El norte, hogar del austero protestante, se concentró en la palabra, hasta que halló su mayor satisfacción aquí en el primer sistema político construido solamente sobre la palabra: sin ningún derecho divino de los reyes, ningún misticismo, únicamente unas cuantas páginas de texto escrito: la Constitución americana.

PAGLIA: La polaridad de Europa se volvió cada vez más rígida. En el norte, libro, libro, libro; pero en la Contrarreforma del sur de Europa, imágenes increíblemente espeluznantes, como la de la Sta. Teresa de Bernini viviendo un orgasmo espiritual. Mis primeros recuerdos de infancia son de imágenes, imágenes fantásticas, creadas por la Iglesia católica. Las estatuas son policromas, chillonas. En mi iglesia había una estatua de San Sebastián, desnudo, con flechas atravesándole la carne y derramando roja sangre. ¿Quién puede preguntarse de dónde procede mi mentalidad? Aquí había espectaculares imágenes paganas justo junto al altar. Al principio, ya ves, había

sexo y violencia.

La primitiva Cristiandad era muy masculina. Únicamente dos dioses macho y uno neutro: el Padre, el Hijo y el Espíritu Santo. Pero la imaginación popular no podía tolerar aquello, así que en la Edad Media añadió a la Virgen María. Relee la Biblia y verás qué papel más pequeño desempeña María en los Evangelios. Casi ninguno. Es una superviviente de los grandes cultos a las diosas de la antigüedad. Yo interpreto los elementos más esenciales del Catolicismo italiano como paganos. Martin Lutero vio el paganismo latente de la Iglesia católica y se rebeló contra él. La última descubridora atávica del corazón pagano del Catolicismo es Madonna. Esto es lo que ella hace. No lo comprende completamente ni ella misma. Cuando se basa en *Nightline* y pronuncia discursos acerca del festejo del cuerpo, como si fuese una especie de hippie de Woodstock, está fuera del camino. Necesita que yo se lo diga. Pero esto es lo que está haciendo: revelar el erotismo y sadomasoquismo, el ritualismo pagano y la idolatría del Catolicismo italiano.

El Protestantismo continúa basándose hoy en la palabra y el libro. Por eso los ministros protestantes, en la iglesia o en la televisión, ponen siempre el acento en la Biblia. Gritan: «*Esto* es todo lo que necesitáis». Y la ondean, la agitan, incluso la golpean por ahí. El protestante no necesita ningún sacerdote, ninguna jerarquía. No hay nada entre tú y Dios. Los protestantes quieren una íntima y familiar relación con Jesús: «¿Has aceptado a Cristo como tu Salvador *personal*?». Y cantan: «Él camina contigo y habla contigo». Para los protestantes, Jesús es un amigo, el Buen Pastor.

El Jesús del católico italiano no puede hablar. Es prealfabético -un bebé en los brazos de María- o bien comatoso: un hombre torturado en una cruz. El periodo en el que Cristo está alfabetizado, cuando puede hablar, ha sido editado fuera del Catolicismo meridional.

...galopín marino cocido al horno...

POSTMAN: Ayuda a comprender tu argumento el recuerdo de lo que ocurre cada vez que Moisés se va. Regresa y toda la tribu ha vuelto a la adoración de ídolos. Siempre está quejándose a Aarón: «¿Qué demonios hiciste mientras estaba fuera?». La imagen es muy seductora. A los católicos se los conoce por guardar pequeñas imágenes en el cuadro de mandos de sus coches, y hoy en día los encuentras también entre los judíos. Muchos templos de la reforma tienen ahora diseños visuales cada vez más interesantes. El Segundo Mandamiento resistió durante mucho tiempo. No se conoció a los judíos por sus logros en las artes visuales hasta este siglo.

Esto prueba mi argumento acerca de la vida de la palabra y de la imagen: los Humanos no están biológicamente programados para saber leer y escribir. En el ensayo de John Locke sobre la educación, insiste en que el cuerpo debe convertirse en un esclavo para la mente. Una de mis estudiantes, oyendo esa cita, dijo: «Sé exactamente lo que quiere decir». Y me contó que ella únicamente puede leer estando echada de lado mientras sostiene el libro contra la pared y, como resultado, únicamente lee la página de la parte derecha de cualquier libro. Éste es el desafío de la alfabetización: acostumar a los hijos a estarse quietos en la silla, a permanecer en un reino que es antinaturalmente *silencioso*. Ése es el mundo de la palabra. ¿Cómo puede competir el silencio con la televisión?

PAGLIA: Pero, Neil, la gente que está dispuesta por naturaleza a la lectura puede no ser tan activa físicamente como los demás. Aquí hay una diferencia importante. Yo enseño a bailarines. En ocasiones, como lectores, son pobres o incluso disléxicos. Pero son brillantes en otras y más arcaicas formas de sentimiento y expresión. Algunas personas tienen tendencia a la vida sedentaria que requiere la lectura; otras, no. Por eso, todo el discurso sobre sexo y género en el academicismo y en los medios de comunicación está tan fuera de lugar, porque los profesores y escritores no son ni con mucho tan atléticos o bulliciosos como los demás.

POSTMAN: La persona culta realmente paga un precio por la cultura. Puede que los lectores se vuelvan menos activos físicamente y no tan sensibles al movimiento, a la danza y a otros modos simbólicos. Eso probablemente es cierto. Es un pacto Faustiano. La cultura nos proporciona una respuesta analítica y retardada en percibir el mundo, que es buena para actividades como la ciencia o la ingeniería. Pero realmente perdemos una parte del desarrollo cerebral de los sentidos, el *sensorium*.

PAGLIA: Y algunas personas tienen *sensoriums* más desarrollados que otras. Me he encontrado con que la mayoría de la gente nacida antes de la Segunda Guerra Mundial está asqueada de los medios de comunicación modernos. No pueden comprender cómo los que nacimos tras la guerra podemos leer un libro y mirar la tele al mismo tiempo. Pero *podemos*. Cuando escribía mi libro, tenía los auriculares puestos, bombardeando música rock o Puccini o Brahms. Las telenovelas -con el sonido bajado- brillaban con luz mortecina en mi tele. Podía estar hablando por teléfono al mismo tiempo. Los del «baby boom» tienen una capacidad multiacodada y de múltiples vías para tratar con el mundo. Yo utilizo a menudo la metáfora de una gran cocina de restaurante para describir el modo como funciona la mente. Hay muchos fuegos, y sólo uno de ellos es el fuego lógico, analítico. Y, Neil, creo que estamos de acuerdo en que nuestro sistema educativo contemporáneo lo tiene abandonado.

Una de las razones por las que el feminismo americano académico es tan mediocre es que estas mujeres no tienen absolutamente ninguna preparación en lógica, filosofía o historia intelectual, así que se encuentran limitadas a sostener que deberíamos arrojar a Platón y a Aristóteles porque son varones blancos muertos, o alguna tontería por el estilo. Es así de imbécil e ignorante. La gente nacida antes de la Segunda Guerra Mundial no puede comprender a quienes fuimos educados en el mundo fragmentado y de imágenes de la tele. Podemos interrumpir una parte del

cerebro y activar otra. Los científicos, psicólogos y los que realizan pruebas de inteligencia no se han puesto al corriente de estos nuevos modos de percepción.

POSTMAN: Camille, creo que efectivamente coincidimos en la evidencia. Sólo que tú piensas que todo está bien y que será un desarrollo liberador. Que la televisión y los otros medios de comunicación visuales ampliarán el *sensorium* y proporcionarán a la gente un repertorio más pleno de medios de expresión. Marshall McLuhan solía referirse a gente como yo y otros como BOIs: Bastardos Orientados hacia la Imprenta, cultos que tenían sus hemisferios derechos amputados o atrofiados. Deberías adoptar el término, Camille; tu análisis es absolutamente correcto. Sólo que yo tiendo a ver este desarrollo como amenazador.

Bertrand Russell solía pronunciar una frase encantadora. Decía que el propósito de la educación era enseñar a cada uno de nosotros a defendernos contra las «seducciones de la elocuencia». En el reino de la palabra, aprendemos las técnicas específicas utilizadas para resistir estas seducciones: lógica, retórica y criticismo literario. Lo que me preocupa es que aún no hayamos resuelto cómo construir defensas contra las seducciones de las imágenes. El régimen nazi fue sólo el ejemplo más reciente de seducir a través de las palabras y las imágenes, a una de las poblaciones más *letradas* de la tierra. Yo recuerdo las vociferaciones de Hitler. Ahora, no te preguntaré la edad que tienes.

PAGLIA: Tengo 43. Nací en 1947. Y tú te graduaste en la facultad en 1953. ¡Lo comprobé! Quería saberlo, porque creo que esta información es absolutamente imprescindible para el modo en que uno considera los medios de comunicación de masas. Yo me gradué en la facultad en 1968. Sólo median quince años entre nosotros, pero son quince años críticos, un abismo insalvable en la cultura americana.

...*buñuelos de camarones y albahaca...*

POSTMAN: Bueno, yo recuerdo las imágenes de los años 40, cuando había toda una maquinaria política que presionaba en el servicio de propaganda de imágenes. En América es un tanto diferente. *Hay* una maquinaria que produce este tipo de imágenes, pero es el capitalismo, y el rendimiento es el anuncio. El proceso es el mismo. ¿Has visto el anuncio de las salchichas Nacionales Hebreas? Muestra al Tío Sam mientras un narrador declara lo buenas y saludables que son las salchichas porque el Tío Sam mantiene tan altos valores. Entonces el Tío Sam mira hacia arriba mientras el narrador añade que las Nacionales Hebreas son aún mejores que otras salchichas porque deben responder a una autoridad más alta.

PAGLIA: ¡Me encanta ese anuncio! Es fantástico. Divertido.

POSTMAN: Aquí está lo que me molesta. Los símbolos *son* infinitamente repetibles, pero no son inagotables. Si utilizas a Dios para vender salchichas, o si utilizas el rostro de George Washington para vender neumáticos de automóvil de rebajas, Camille, agotas el símbolo de los significados que tan astutamente descubres y explicas en tu libro. Miras una pintura y analizas sus niveles de significado, sus ambigüedades, su riqueza. Pero, ¿qué ocurre si la gente ve la misma imagen mil veces, y siempre para vender vaqueros ceñidos?

PAGLIA: Yo argumentaría exactamente lo contrario. En los anuncios de las Nacionales Hebreas la invocación del Tío Sam y de Dios refuerza su significado simbólico y ayuda a que la gente joven tenga una perspectiva histórica de su propia cultura.

Los anuncios dieron forma a la imaginación de mi generación. La imagen de Jehová de las Nacionales Hebreas -que es invisible, una voz que inspira a sus hijos a altos estandartes- es fiel a la tradición. Es un anuncio fabuloso. Y, a propósito, es cierto: ¡las salchichas autorizadas por la ley judía *son* mejores! ¡Yo me creí este anuncio y compré las salchichas! Me encantan los anuncios como una forma artística. Para mí, no hay ninguna degradación en absoluto en este anuncio concreto.

POSTMAN: Quizás no te lo estés tomando suficientemente en serio, Camille. Hacia la edad de 20 años, el americano medio ha visto 800.000 anuncios televisivos, unos 800 por semana. No estoy hablando de la radio, la imprenta o cualquier otra clase de anuncio. Me refiero únicamente a los anuncios de televisión. Los comerciales televisivos son ahora la más poderosa fuente de socialización, y las escuelas deberían tomárselos en serio.

Algunos anuncios son buenos, por supuesto. No creo que Madonna sirviese demasiado bien. Pero pienso en Jimmy Stewart vendiendo sopa. En aquel anuncio, los productores utilizaron su voz únicamente porque esa voz es suficiente para simbolizar lo que él representa: la encarnación del americano totalmente decente. Así que el uso de esas imágenes está bien. Pero en el anuncio de las Nacionales Hebreas, está eliminándose o explotándose un sentido de lo sagrado a base de redirigirlo al mundo profano.

PAGLIA: Si Jehová nunca se hubiese pronunciado acerca de los modos de comportarse en la mesa, te apoyaría. Pero la Biblia muestra que Jehová instruyó exhaustivamente a los judíos sobre qué comida comer y cómo prepararla y servirla.

POSTMAN: Y, por supuesto, Jehová también prohibió el marisco: ¡todo lo que nosotros estamos comiendo esta noche!

PAGLIA: Éste es el tema. La preparación del ritual autorizado por la ley judía está dictado por la Biblia. No hay nada en el anuncio de las Nacionales Hebreas que distorsione o mienta acerca de la tradición judía.

POSTMAN: Supón que viste un anuncio que mostraba a Jesús mirando una botella de vino Gallo y diciendo: «Cuando convertí el agua en vino en Canaá, no era ni mucho menos tan bueno como este Gallo Pinot Noir». ¿Cómo afecta eso al significado de Jesucristo para los cristianos? Pareces muy entusiasmada respecto al uso de estas imágenes, pero yo creo que la *secularización* de estos símbolos e iconos religiosos es peligrosa.

PAGLIA: Para ti, que vienes de la tradición judeocristiana, esto te parece seglar. Si lo miras desde mi perspectiva, la cultura popular es una erupción de paganismo, que es también un estilo sagrado. En tu libro, pasas de 1920 a la televisión. Creo que saltas por encima de un periodo crítico: la era de los grandes estudios cinematográficos de las películas de Hollywood en los años 30 y 40. El cine era entonces un culto pagano lleno de dioses y diosas, hechizo y carisma. Era un estilo dedicado a lo sagrado y lo numinoso. Así que no es que lo sagrado se haya perdido o esté trivializándose. Estamos empapados en idolatría. Lo sagrado está por todas partes. Yo no veo ningún singularismo. Hemos regresado a la era del politeísmo. Es un renacimiento de los dioses paganos.

Lo que yo argumento en mi libro es que el Judeocristianismo nunca derrotó al paganismo sino que más bien lo enterró, por lo que erupciona constantemente en todo tipo de formas. La cultura grecorromana antigua aprovechó la dualidad dinámica de los principios apolíneo y dionisiaco. Nosotros hemos heredado el elemento apolíneo de la tradición grecorromana. La historia de la civilización occidental ha sido una lucha constante entre estos dos impulsos, un interminable partido de tenis entre la fría categorización apolínea y la sensualidad y el caos dionisiacos.

Por eso siempre puedes decir si un crítico nació antes o después de la Segunda Guerra Mundial por el modo en que habla del siglo xx. Para ti, que creciste conociendo la vida como exposición narrativa y que viste el fin de una era con Fitzgerald y Hemingway -y tienes razón, fue un gran cambio, y la novela ahora está más muerta que mi abuela-, es la Era de la Ansiedad. Pero la muerte de la novela fue también el comienzo de las películas. Yo fecho la época moderna a partir de las primeras películas sonoras en 1928. Llamo al siglo xx la Era de Hollywood.

Aquí hay una enorme diferencia generacional. Para quienes nacimos tras la guerra, nuestras mentes fueron formadas por la tele. Fíjate en Susan Sontag, nacida en 1933. Hay catorce años entre ella y yo. No parece mucho, pero es como un abismo entre nosotras. En los años 60 ella estaba escribiendo brevemente acerca de la cultura popular, pero después dio marcha atrás y se ha pasado el resto de su vida diciendo: «Soy seria, soy seria. ¡Tengo que encontrar al último escritor europeo oriental!». Unos cuantos años antes, hacía alarde en *Time* de que ella no tenía tele y tenía que alquilar una cuando un invitado venía de visita. Mi tele está constantemente en movimiento. Es un fuego de chimenea en el hogar moderno. La tele no es algo que miras; simplemente está encendida, todo el día.

...vieiras chamuscadas en vinagreta de trufa...

POSTMAN: Si sigues con esto, Camille, voy a necesitar o más vino o un cigarrillo. ¿Te importa si fumo?

PAGLIA: En absoluto. Neil, en tu libro te refieres a unas pruebas en las cuales la gente no recordaba ningún hecho de un programa informativo que habían visto treinta minutos antes por la tele. Pero no estaban probando la parte derecha del cerebro. Mirar la tele no tiene nada que ver con el pensamiento o análisis. Es un proceso pasivo pero altamente eficaz de almacenar información para utilizarla más adelante. La analogía apropiada es con el hecho de conducir por carreteras interestatales o con el fútbol. Ya sabes que el béisbol era *el* deporte de la era anterior a la Segunda Guerra Mundial. A los académicos les encanta. Es el último deporte académico: lineal, lógico, lento. El fútbol, especialmente como *rehecho* para la tele con movimiento lento y repeticiones de las jugadas, es el deporte de mi generación. Hay un montón de escritura acerca del béisbol, pero apenas hay nada bueno sobre fútbol. Cuando un *quarterback* se retira de la línea y chequea rápidamente el campo, no está pensando, está *explorando* con la vista, justo lo que hacemos cuando miramos la tele. Es como el piloto de líneas aéreas que barre los ojos a lo largo de su banco de instrumentos o el conductor que baja una carretera interestatal a alta velocidad, siempre escudriñando el terreno, buscando al borracho, al bolido, a la policía o a la anciana lenta que va en el Cadillac, teniendo ojo con *ella*. Ninguna de estas personas -el *quarterback*, el piloto, el conductor- está *pensando*. Sólo están leyendo el terreno y trabajando por instinto, decidiendo en un instante adónde lanzar la pelota o dirigir el jet o el coche. La decisión se torna por intuición, no por raciocinio.

POSTMAN: Se llama reconocimiento de modelos.

PAGLIA: ¿Ah, sí? ¡Perfecto! Y por eso no puedes imaginarte a Susan Sontag conduciendo un coche. ¿Sabes lo que quiero decir? ¿Puedes imaginarte a Susan Sontag tras el volante? Olvídalo. Es como una viñeta del *New Yorker*: ¡Susan Sontag compra su primer coche!

POSTMAN: Por supuesto, estoy de acuerdo: Leer un libro y «leer» la televisión son dos actividades cerebrales completamente distintas. Yo puedo recordar oír a la gente con orientación de imprenta quejarse de que el problema con un espectáculo como *Charlie's Angels* es que no respetaba las unidades aristotélicas de tiempo, lugar y acción. O que no tenía un auténtico desarrollo de los personajes.

PAGLIA: ¿A ti te gustaba *Charlie's Angels*?

POSTMAN: En realidad, sí, pero lo estoy sacando a relucir como un ejemplo de cómo la gente lee mal la televisión. La gente con orientación de imprenta no puede entender un espectáculo así porque intentan juzgarlo por las medidas de la literatura. Yo llegué a entender *Charlie's Angels* cuando me di cuenta de que todo el espectáculo trata sobre el *cabello*.

Te acuerdas de que al final del espectáculo había un segmento de dos minutos en el que la voz desencarnada de Charlie explicaba a los ángeles *de qué había ido todo el espectáculo*. Imagino que el espectáculo fue escrito por una pandilla de ex comandantes ingleses. Y los veo confundidos por el hecho de que acaban de escribir un espectáculo que trata básicamente del cabello y no encaja en ninguna de las categorías que se les ha enseñado que cuentan. Así que al final, se calzan en una narrativa rudimentaria. Una vez vi un episodio en el que, con el fin de explicarlo todo, la voz del final tuvo que mencionar a personajes y acción que ni siquiera habían estado *en* el programa: «Ella lo mató porque años atrás había robado dinero y lo había dado a una tercera persona...». Aquellos sesenta segundos antes de los créditos -cuando el espectáculo, de hecho, ya había terminado- eran para dar a un espectáculo sobre el cabello un sentido de lógica o coherencia.

PAGLIA: *TV Guide* dijo una vez acerca de las actrices de *Knots Landing* -mi espectáculo favorito de las horas de mayor audiencia- que «actúan con su cabello». ¡Me encanta! Los seriales también van principalmente del cabello, ya lo sabes. Muy paganos: la adoración de la belleza. ¿Y te das cuenta de que el peinado de Farrah Fawcett de *Charlie's Angels* todavía se puede ver hoy en todos los centros comerciales de América? Aunque aquel espectáculo haya estado fuera de antena durante diez años, tiene esta increíble influencia que aún funciona. A la misma Farrah se la ha pasado a papeles de esposa maltratada, pero su viejo estilo de cabello de los Setenta es aún el *look* dominante para las chicas arrasadoras de los institutos americanos. Imponente, realmente.

POSTMAN: Coincidimos en la influencia de la cultura popular como expresada a través de las imágenes visuales. Todo el mundo tiene derecho a defender su propia cultura, y estoy seguro de que habrá un precio para la clase de cultura que yo valoro. Puede que tu *sensorium* se haya avivado mientras el mío se ha atrofiado. Pero miremos mi tradición y veamos lo que ha conseguido. Ten en cuenta que en 1776 Thomas Paine vendió, por el más conservador presupuesto, 300.000 copias de *Common Sense*. Eso es el equivalente de vender 30.000.000 de copias, una proeza sólo realizable hoy por Danielle Steele o Tom Wolfe. Camille, ¿crees que pagaremos un precio por este *sensorium* desarrollado de un modo más pleno?

PAGLIA: En tu libro dices que había un alto índice de alfabetización durante la Revolución Americana. Pero, ¿significa eso que la gente, efectivamente, *leía* libros? ¿Libros políticos y literarios? ¿O era que sólo podían firmar sus nombres? Tu retrato del altamente alfabetizado siglo XIX también ignora en cierto modo las inútiles novelas sentimentales, las revistas de moda femeninas y el *western* de cinco duros. Estoy de acuerdo contigo en que nuestro país fue fundado como un experimento de la Ilustración. Los que elaboraron la Constitución Americana eran auténticos intelectuales. Pero creo que tu libro pone un acento indebido en ese periodo, que fue, tal como yo lo veo, una especie de momento privilegiado. Comparar nuestro periodo con aquél cuando había un alto grado de conciencia cultural y actividad política- nos hace pensar en que nos estamos deslizando hacia un declive. Pero tal vez sólo estemos regresando a la norma. Creo que el mundo tal como es ahora es del modo en que fue siempre.

...róbalo negro en nage de cilantro...

POSTMAN: No estoy seguro de que únicamente fuese un momento privilegiado, aunque tienes razón al sugerir que un alto índice de alfabetización crea una visión del mundo algo abstracta.

Nuestra cultura pagó un precio por la alfabetización, y pagará un precio por su transformación en una cultura visual. Estamos, por ejemplo, perdiendo rápidamente cualquier sentido de lo sagrado. La razón por la que el Ayatolá Jomeini topó con la mayoría de los americanos bien como un completo enigma o bien como un lunático es que era, de hecho, una *persona auténticamente religiosa*. Y nosotros ya no podemos entender cómo es una persona de este tipo.

PAGLIA: Exactamente. Cuando Gaddafi se pasó varios días en su tienda, los medios de comunicación occidentales se mofaron de él y lo ridiculizaron. Yo no podía creerlo. ¿Es que nadie entiende el significado ético del desierto en la cultura beduina? Es como nuestro Walden Pond. ¿Nunca han visto los medios de comunicación *Lawrence of Arabia*? Hay dos lecciones en el caso de Salman Rushdie. Primero, que la libertad artística es un valor únicamente en la tradición occidental democrática. Segundo, para millones de personas en el mundo, la religión es un asunto de vida y muerte.

POSTMAN: Camille, creo que estas observaciones apoyan mi argumento de que lo que yo llamo la secularización de las imágenes reduce el simbolismo religioso: no sólo la frecuencia de la imagen, sino también el vergonzoso vínculo entre la imagen y la comercialización. Por eso los occidentales no podemos entender por qué arriesgaría alguien su vida en un intento de matar a Salman Rushdie. Para nosotros, es una locura. Para el mártir, el sendero hacia el cielo.

PAGLIA: Más que tu secularización total, yo veo la repaganización de la cultura occidental. En el reino de la política, creo que la cultura pop -vehículo de la erupción pagana- desempeña un papel crucial. La cultura popular tiene la función de purgar la política de muchos de sus demagogos potenciales. Elvis Presley, una figura enormemente carismática, pudo construir su imperio en el reino políticamente neutral de la cultura pop.

POSTMAN: ¿Estás diciendo que Hitler pudo haber sido una estrella de Hollywood en América?

PAGLIA: Hoy, tienes otros modos de que gente extraordinariamente carismática cree su mundo. Hay otras maneras de gobernar el universo. Antes de la cultura popular, el único reino que permitía ese tipo de poder de personalidad era la política.

POSTMAN: Yo veo la confluencia entre la televisión y la política de un modo un poco distinto. El primer presidente televisivo fue, obviamente, John Kennedy. Pero el primer presidente de *imagen* fue Ronald Reagan. Eran figuras muy distintas. Kennedy, Jimmy Carter, incluso Mario Cuomo se identifican mucho con regiones del país. Eran y son personalidades desarrolladas que se desenvuelven bien en la televisión. Pero Reagan e incluso Bush son distintos. Recuerda que nadie sabe de qué estado es Bush y que el hecho de que Reagan fuese de California parecía irrelevante. Estas son personalidades sobre las que todo un espectro de votantes puede proyectar su imagen personal de un presidente. Lo que quiera que se suponga que es un presidente, pues eso es lo que son Reagan o Bush.

PAGLIA: Como persona televisiva, Reagan era familiar y nostálgico, un retorno a la feliz e inocente era del béisbol de antes de la Segunda Guerra Mundial, antes del caos y los desastres de los Sesenta. Era simple, benévolo, apacible, a veces bobo. Se ponía en pijama inmediatamente después de cenar. Comía caramelos de goma. Llamaba a su mujer «Mami». Nunca envejecía. Su pelo nunca se volvía gris. A los escritores liberales y a los académicos, estas cosas les parecían estúpidas y ridículas. Estaban al margen de todo ello, leyendo sus periódicos con normas de conducta, sin comprender todo el aspecto principal de su popularidad. Nuestro presidente es tanto el jefe político como el simbólico de nuestro gobierno, al servicio de tareas que en Inglaterra, por ejemplo, están representadas de forma separada por el primer ministro y la reina. El presidente simboliza la nación de una forma psicodramática.

POSTMAN: Una nación tan heterogénea como la nuestra va a tientas por encontrar símbolos e iconos de máximo alcance que nos unifiquen. Ronald Reagan era una imagen de este tipo. Cada Navidad oyes decir a la gente: «Felices Fiestas». Intentamos ser tan educados y permisivos... Somos un estado frágil desesperado por unificar las imágenes. Pero, paradójicamente, podemos destruirnos agotando los iconos disponibles.

PAGLIA: Otra imagen de este tipo es el mapa meteorológico nacional, que se muestra, naturalmente, en la tele. Aquí está este país-mosaico de chinos y chicanos y afroamericanos y judíos e italianos, y después hay este mapa con líneas curvas de presión atmosférica que barren hermosamente y se estiran de mar a mar brillante, unificándonos. El hombre del tiempo y el presidente son nuestros dos jefes titulares.

Estas imágenes y su significado se vuelven obvios una vez que sabes leer la tele. Un ejemplo más. ¿Recuerdas, durante las elecciones de 1988, que todo el mundo llamaba enclenque a George Bush? Y era un enclenque, trotando constantemente detrás de Reagan y en su sombra. Qué bobo, pensaba yo; nunca ganará las elecciones. Entonces llegó el día en que Ronald Reagan realizó su última visita a la convención republicana, y Bush nombró a Dan Quayle como su compañero candidato a la vicepresidencia. Fue el momento más pasmoso de la transformación de la tele que he visto nunca, pero nadie de los medios de comunicación lo recogió. Después de que se fuese Reagan, ¿recuerdas la escena de exteriores en que Bush nombró a Quayle? La prensa salió históricamente como un rayo para explicar la historia de lo tonto, estúpido y rico que era Quayle. Pero la historia no era que George había elegido a un memo. La historia era que George Bush, surgiendo como un hombre nuevo, había elegido un hijo. Bush había hecho un completo *rito de paso* en la televisión y para la televisión. ¿Recuerdas cómo saltaba Quayle, actuando como un perrito, incluso cogiendo a Bush por el hombro? Aquel día, más tarde, en la conferencia de prensa que hizo en el interior, Bush estuvo sorprendentemente austero y confiado. Cortaba a los periodistas, mandaba completamente. Era esta persona totalmente nueva, un hombre al que nadie había visto antes. Fue entonces cuando supe que iba a ser presidente. Llamé a la gente y se lo dije, pero nadie me creía. Si no sabías leer la tele o no la estabas mirando, se te escapaba completamente.

POSTMAN: Y mi punto de vista, Camille, que tú estás descuidando, es que Roger Ailes tramó todo ese efecto. Fuimos todos manipulados para tener justo aquella percepción.

PAGLIA: De lo que yo estoy hablando no es nada que Roger Ailes pudiese haber creado. Era un lado de Bush que era anterior a Roger Ailes. Todos estamos formados por muchas personas, y podemos elegir y escoger a cuál hacer pública. Pero no podemos crearlas. Roger Ailes no podría haber salvado a Michael Dukakis.

...pejesapo asado sobre berza de Saboya...

POSTMAN: De acuerdo. Si lees el resumen de Bush, es uno de los documentos más machos de los tiempos recientes: primero hombre de base en Yale, el piloto más joven de la Marina, herido en combate, jefe de la CIA. Pero cuando Ailes lo vio actuando como un bobo en la televisión -y la televisión sí tiene un modo de mostrar el auténtico espíritu-, estoy de acuerdo, se puso a trabajar en el enclenque indeciso y promocionó la imagen de tío macho que tú y otros recogisteis. Y después esa imagen fue repetida y repetida, lavando cualquier recuerdo de una impresión pasada.

PAGLIA: En tu libro hablas de la televisión como un medio de comunicación de imágenes que emiten destellos, con sólo un eterno presente y ningún pasado. No estoy de acuerdo. Es justo lo contrario. La tele es un género de

reposiciones, un regreso formulista a lo que ya conocemos. Todo es familiar. Los anuncios y los programas antiguos se reciclan constantemente. Es como la mitología, como las épicas de Homero, la tradición oral, en que el receptor oye pasajes, fórmulas y epítetos repetidos una y otra vez. Hay un encanto en la repetición, como saben los niños cuando dicen: «Mami, cuéntame otra vez aquella historia». La tele es un medio de comunicación que nos hace sentir «en casa».

Si retrocedes a los Cincuenta, cuando las películas perdieron su centralidad cultural por la tele, verás que las grandes imágenes sagradas -las enormes y frías imágenes del cine- estaban siendo miniaturizadas, familiarizadas y domesticadas por la pantalla televisiva. La caja se convirtió en parte de la familia, y los espectáculos lo reflejaban: *Father Knows Best* y *Leave It to Beaver*. Los anuncios, lo mismo. Puse uno de mis anuncios favoritos en mi libro: Luciana Avedon canturreando «Camay tiene espuma enriquecida con coco». ¡Adoraba aquel anuncio! Por supuesto, los anuncios que odias son como una tortura. Te quieres morir. Así que la tele va de la repetición y la compulsión. Es como una oración, como el Rosario católico, repetido una y otra vez. Eso es lo que son los anuncios: letanías consoladoras que nos hacen sentir seguros y familiares y en casa en el extraño mundo moderno.

POSTMAN: Así que la idolatría ha triunfado. Creo que Lutero se uniría a Moisés para decir que el culto de la palabra está indefenso ante la imagen.

PAGLIA: Moisés sacó a su pueblo de Egipto, de la tierra de la imagen pagana. Era el único modo. El Judaísmo no podría haber florecido en Egipto. Hoy, o vives en una cabaña en el norte de Canadá o intentas controlar la tele. Y yo tengo la creencia de que *deberíamos* intentar controlarla, a propósito. Los liberales se equivocan cuando dicen: «Los padres simplemente deberían apagar el aparato de televisión». No puedes. La tele está por todas partes. Es mayor que la política. Es mayor que la Iglesia.

POSTMAN: Aquí es donde entra la educación, Camille. Yo tengo la creencia de que la teoría educativa debería ser lo que yo llamo «ecológica»; es decir, la educación debería suministrar lo que el resto de la cultura no está suministrando. En este caso, creo que la única defensa contra las seducciones de las imágenes es una educación alfabetizada. Si los niños se educan en las tradiciones de la palabra, entonces quizás podrán realizar elecciones discriminatorias en el reino caótico de la imagen.

PAGLIA: Para mí la educación ideal debería ser rigurosa y basada en la palabra: logocéntrica. El estudiante debe aprender el sistema lógico y jerárquico. Entonces la cultura de la tele permite que la otra parte de la mente se mueva libremente por el exterior de ese sistema. Esto es como el talento que necesitas para la medicina interna. Un internista tiene que ser intuitivo. Sabe que hay una media docena de sistemas distintos en el cuerpo, todos interrelacionados. Su mente tiene que zigzaguear adentro y afuera y alrededor de ellos y más o menos adivinar qué va mal. Ésta es la flexibilidad mental que una educación basada en la palabra y una cultura basada en la tele pueden desarrollar. Todos los padres deberían leer para sus hijos, desde la infancia en adelante. La educación es, por definición, represiva. Así que si vas a reprimir, entonces reprime como un demonio. Yo no creo en los métodos de Dewey o de Montessori: «Queremos hacer esto placentero». No hay nada placentero en aprender a leer o a pensar. Los profesores me sacudían y me gritaban para que me quedase en la fila o me sentase quieta en mi asiento. A mí no me gustaba, pero lo recomiendo.

POSTMAN: En *Aspects of the Novel*, E. M. Forster escribió que si dices que el rey murió y la reina murió, no tienes ninguna historia. Pero si dices que el rey murió *porque* la reina murió, ya tienes una historia. Encuentro que la televisión mina estas simples conexiones basadas en la palabra. La idea completa de lenguaje es para proporcionar un mundo de continuidad y previsibilidad intelectuales y emocionales. Pero muchos de mis estudiantes ya no entienden, por ejemplo, el principio de contradicción. Estaba hablando con un estudiante el otro día sobre un papel en el que él afirmaba una cosa, que era cierta en el primer párrafo, y exactamente la contraria, que era cierta tres párrafos después. Decía: «¿Qué problema hay?».

Este hábito deriva de la televisión, que te dice que hubo una violación en Nueva York y después te dice que hubo un terremoto en Chile y después te dice que los Mets derrotaron a los Cardinals.

PAGLIA: Bueno, Neil, eso es la vida.

POSTMAN: Eso es demencia.

PAGLIA: Para mí no. En tu libro dices que la tele es dadaísta en su fortuita y nihilista recopilación de acontecimientos inconexos. Yo digo que es surrealista ¡porque la *vida* es surreal! Sales de un restaurante y te mata un acondicionador de aire que cae. Un tornado azota una comida al aire libre. La realidad no tiene ningún sentido. Simplemente ocurre. La televisión está, de hecho, más cerca de la realidad que cualquier tema de los libros. La locura de la tele es la locura de la vida humana.

POSTMAN: Aquí está lo que me gustaría: Cuando nuestro estudiante joven está mirando a Dan Rather diciendo que 5.000 personas murieron en un terremoto en Chile y entonces Dan dice: «Volveremos en seguida después de esta noticia de las United Airlines», me gustaría que nuestro estudiante dijese: «Eh, espera un segundo, ¿cómo pudo pedirme que haga un giro emocional de este tipo?».

PAGLIA: Mi respuesta es ésta: Buda sonríe. Él ve la rueda de la reencarnación y acepta los desastres del universo.

Así es como debería ser. No hay forma ni posibilidad de que podamos extender nuestra compasión a 5.000 personas muertas. Yuxtaponiendo este tipo de imágenes discordes, la tele está creando una imagen del mundo que es simplemente verdadera para la vida. Somos forzados a contemplar la muerte del modo como lo hacen los granjeros: simplemente como otro acontecimiento banal, ninguna gran cosa. La naturaleza puede abrir la tierra y tragarse a miles de personas, y después el sol brilla y los pájaros cantan. Es como ir de un accidente de avión a un anuncio de hemorroides. En la tele, como en la naturaleza, todo tiene igual peso.

...carrusel de postre de caramelo

POSTMAN: Lo que yo estoy destacando es nuestra respuesta emocional a esas cosas. Todos sabemos que las enfermeras que trabajan en hospitales hacen bromas. Ven lo absurdo de la muerte rutinariamente. Pero en ninguna parte ven tan próximo el número de muertes que ve el espectador de televisión. Lo que yo veo aquí como peligroso es una discontinuidad de emoción que promociona la televisión, su evocación antinatural, cada cinco minutos, de emociones distintas e incompatibles.

PAGLIA: Trasladándose del desastre a los anuncios, la tele crea el efecto de la tragedia griega: emoción, después objetividad; contemplación de la pérdida, después perspectiva filosófica. Al final de *Hamlet*, hay cuatro cadáveres esparcidos por todo el escenario.

POSTMAN: Pero nadie está riéndose; aunque admitiré que en la escena del cementerio, cuando Hamlet hace el discurso del «¡Ay, pobre Yorick!», está riéndose. Pero mi punto de vista es que, justo después del soliloquio final de Horacio, al menos en la televisión, entonces veríamos el espacio comercial de las Nacionales Hebreas, o quizás un anuncio de pasteles daneses.

PAGLIA: Hacer ese giro radical del desastre a la imparcialidad es, creo, un proceso de maduración. Si respondieses emocionalmente de modo pleno a cada desastre que vieses, estarías confuso. De hecho, serías un perpetuo niño, un lisiado psicológico. La sabiduría por definición, es objetividad filosófica respecto a los desastres de la vida.

POSTMAN: Inyectar humor a lo que de otro modo serían catástrofes dementes es desahogo cómico. Es lo que debemos hacer a menos que queramos volvernos locos. Pero el efecto del que estoy hablando en las noticias televisivas es distinto.

PAGLIA: Ya sé que tú ves la «diversión» como algo malo dondequiera que se presente. Tú dijiste en tu libro que la enseñanza ha sido finalmente reducida a una rama del entretenimiento popular y que los estudiantes no se sentarán quietos por nada que no sea tan divertido como el Gran Pájaro o *Sesame Street*. Y citas a Platón, Cicerón y Locke como filósofos educativos que insistieron en la seriedad. Yo discrepo respetuosamente. Los diálogos de Platón, que siguen el método socrático, un dar y tomar conversacional como el que estamos teniendo aquí, son, de hecho, muy entretenidos. Hay mucha comedia en Platón. Sócrates siempre está fingiendo ser la persona más ignorante ahí, y cosas así.

Creo que Jesús fue un brillante comediante caricato judío, un improvisador fenomenal. Sus parábolas son grandes chistes breves. Cuando un enemigo, intentando atraparlo, le pregunta sobre el pago de impuestos, Jesús dice: «Muéstrame la moneda del tributo. ¿De quién es la imagen que hay en ella?». «Del César», replica el hombre. «Entonces da al César lo que es del César y a Dios lo que es de Dios.» Creo que esa línea obtuvo aplauso y risas.

POSTMAN: Tú estudiaste demasiado tiempo con Harold Bloom.

PAGLIA: Bloom solía decir: «¡La enseñanza es una rama del negocio del espectáculo!». Un último punto: están los *koans*, las enseñanzas de los grandes maestros budistas. A menudo tomaban la forma de payasadas. El novicio entra y dice: «Háblame de la vida, maestro», y el más viejo lo golpea en la cabeza. O dice algo surrealista, como «¡Judía!». Así que sí tenemos muchos ejemplos de enseñanza por parte de grandes sabios utilizando el humor o la improvisación caricaturesca: Platón, Jesús, Buda.

POSTMAN: Nadie está diciendo que no se utilice el humor en el aula. Creo que estamos hablando de la magnitud. Una cosa es utilizar el humor para revelar una idea que estás desarrollando. Pero ahora se utiliza simplemente para ganarse la atención del estudiante. En consecuencia, atraer a una audiencia -más que enseñar- se convierte en el centro de la educación, y eso es lo que hace la televisión. La escuela es la única institución de la cultura que debería presentar una visión distinta del mundo: un modo distinto de saber, de evaluar, de juzgar. Lo que me preocupa es que si la escuela se vuelve tan arrollada por las metáforas y la metafísica del entretenimiento, entonces se vuelve no centrada en el contenido, sino centrada en la atención, como la televisión, persiguiendo «índices de audiencia» o la asistencia a las clases. Si la escuela se vuelve de ese modo, entonces el juego puede estar perdido, porque la escuela está utilizando el mismo acercamiento, epistemológicamente, que la televisión. En lugar de ser algo distinto de la televisión, se reduce a ser simplemente otra clase de televisión.

PAGLIA: Nuestro diálogo ha alcanzado un gran punto de acuerdo. Yo quiero que las escuelas pongan el acento en los más altos valores e ideales intelectuales de las tradiciones grecorromana y judeocristiana. En nuestros días, «logocéntrico» es una palabra sucia. Proviene de Francia, donde se necesita una deconstrucción para romper el dominio completo de siglos de Descartes y Pascal. Los franceses tienen algo que deconstruir. Pero aplicar Lacan, Derrida y Foucault a la cultura americana es absolutamente idiota. Hemos nacido en una cultura pagana y de

imágenes gobernada por la tele. Ya no necesitamos mierda francesa proveniente de intelectuales parisinos quisquillosos y sus sicofantes americanos. Neil, estamos de acuerdo en esto: Necesitamos reforzar el lado logocéntrico y apolíneo de nuestra cultura en las escuelas. Es la hora de la represión ilustrada de los niños.

La seva visió optimista sobre la riquesa que aporten els mitjans visuals no és compartida per Postman. que els veu com una amenaça perquè encara no estem vacunats davant el seu poder de seducció. Això porta Paglia i Postman a un acord: els nens han de ser educats en la paraula, la seva educació ha de ser logocèntrica, ja que la cultura visual ja vindrà des de fora del sistema educatiu (una cultura, la visual, de juxtaposició d'imatges que reflecteix el caos del món).

Homo videns: una nova espècie?

L'espècie humana va desenvolupar la capacitat d'extreure missatges del món que l'envoltava, d'aixecar abstraccions a partir de les percepcions de l'entorn, i de plasmar-les per mitjà de la pintura, dels símbols, dels signes. El llenguatge parlat –primer– i l'escriptura –després– són baules d'aquest procés humà.

L'escriptura va permetre interconnectar els individus de l'espècie de manera no presencial, va ser un mitjà molt eficaç per a compartir idees, visions, troballes, coneixement. L'aparició de la impremta, al segle XV dC, va significar un impuls extraordinari per a l'expansió de l'escriptura com a mitjà de comunicació humana.



La lletra impresa en forma de llibre va ser el suport de la cultura durant segles. I encara segueix essent-ho, però en coexistència amb altres mitjans des de mitjan segle XX: els mitjans audiovisuals.



La competència del cinema i de la televisió han donat un nou sentit al concepte de cultura. Les vies de comprensió del món i de comunicació han començat a passar més pels mitjans audiovisuals que per la lletra impresa.

El debat sobre les implicacions d'aquesta situació és inesgotable. Una de les tesis més extremes en aquest debat és la de Giovanni Sartori.



Giovanni Sartori és professor a la Universitat de Florència i a la Columbia University de Nova York. És autor de llibres com *Qué es la democracia*, *Teoría de la democracia* i altres sobre els sistemes democràtics d'Occident, i és un dels protagonistes del debat polític cultural contemporani. "*Homo videns*". *La sociedad teledirigida* (2000, Madrid: Taurus) és un dels seus últims llibres, i el que més polèmica ha generat i un ressò internacional més gran ha tingut, per les importants implicacions de la seva tesi.



Per a Giovanni Sartori, la primacia de la imatge, dels mitjans audiovisuals –de la televisió, en fi– conduirà a un canvi fonamental en l'espècie humana. Per a resumir, afirma que passarem de l'*homo sapiens* a l'*homo videns*.



La seva tesi és que l'*homo sapiens* ha conformat la capacitat de raonar en simbiosi amb el llenguatge escrit, amb la lletra impresa. En la mesura que el llenguatge escrit sigui substituït –ja des de la infantesa– pel llenguatge audiovisual, la nostra manera de pensar s'alterarà: **el cervell humà canviarà**. Les pròximes generacions constituïran ja una espècie diferent, almenys en el pla intel·lectual, en el pla mental.



"El acto de 'tele-ver' está cambiando la naturaleza del hombre", afirma Sartori. Dit d'una manera més precisa: "La televisión modifica radicalmente y empobrece el aparato cognoscitivo del 'homo sapiens'". I sensacionalista: "Estoy más convencido que nunca de que nos encontramos en un momento de mutación genética".

Sartori, doncs, no s'atura en la crítica dels continguts de la televisió, de tot això que la televisió emet, sinó que qüestiona el mitjà i les formes de vida que determina, que ell denomina **videoviure**.

Sartori parla de l'existència del "videonen", "un novísim ejemplar de ser humano educado en el 'tele-ver' antes de saber leer y escribir".

Per a Sartori, és la paraula la que fa a l'home un "animal simbòlic", perquè la paraula és el símbol per excel·lència. L'home és un animal que parla amb ell mateix. I posa l'exemple del cec: no hi veu, però pensa.



La televisió, en desplaçar la paraula, fa que l'home deixi de ser un "animal simbòlic" per a passar a ser un "animal vident", afirma Sartori.



Sartori, per tant, està en desacord amb la tesi que la televisió és una baula més de la història simbòlica de l'home, després de la pintura, l'escriptura... "Es un cambio radical de dirección, porque mientras la capacidad simbólica distancia al 'homo sapiens' del animal, el hecho de ver lo acerca más a sus capacidades ancestrales", és a dir, l'animalitza, el deshumanitza, en la mesura que l'analfabetitza.



Per a Sartori, l'hegemonia de la televisió sobre la lletra impresa significa un salt mortal: és passar d'entendre sense veure (lletra impresa) a veure sense entendre (televisió).



De les abstraccions del llenguatge a una incapacitat per al concepte i l'abstracció, etc.

Sartori diu saber que aquest és un procés imparabile, però no desitjable (en la seva opinió) i per això assenyalar-ho i subratllar-ho –com ell fa– potser aconsegeixi alentir-ho una mica.

En aquest pols entre la imatge i la paraula, Sartori conclou així:



"Es cierto que una imagen puede valer más que mil palabras. Pero también es verdad que un millón de imágenes no dan un solo concepto". I el colofó: "Resumo en tres puntos. Primero: 'ver' no es 'conocer'. Segundo: el conocer puede ser ayudado por el ver. Tercero: pero el conocer por conceptos –el 'conocer' en sentido fuerte- se despliega por entero más allá de lo visible".



Sobre el conèixer –del coneixement i de les vies per les quals s'hi accedeix–, Sartori argumenta la seva tesi amb aquest exemple sobre l'aigua del mar:



"Es cierto que ver el mar es conocer el mar; pero no es conocer su estructura química. Porque la estructura química del agua en general, y también del agua del mar, está establecida por la fórmula H₂O, y este conocimiento digámosle 'fuerte' –porque nos permite controlar y transformar las cosas- no se obtiene de ver el agua (ni siquiera con el microscopio). Generalizando: ni siquiera la naturaleza puede ser conocida a fondo, y hasta el fondo, mirándola. [...] La física –y la química– es un conocimiento completamente fundado en la capacidad de abstracción de un animal con raciocinio" (*Homo videns*).

El món en xarxa

Televisió i Internet

La irrupció d'Internet ha estat per a la informàtica com l'aparició de la impremta per a l'escriptura. Si la impremta va globalitzar l'escriptura, Internet ha globalitzat els ordinadors, li ha donat un sentit a la informàtica per a milions de persones, ha encunyat el terme *autopistes de la comunicació* i ha donat contingut al concepte "societat de la informació".



L'escriptor Jorge Luis Borges, en una de les seves faules, *El libro de arena* (1977, Barcelona: Plaza y Janés), va imaginar un llibre inaudit en les pàgines del qual hi havia tots els llibres del món: aquell llibre no tenia una primera i una última pàgina, no hi havia manera de localitzar-les (el protagonista del conte ho intenta, infructuosament). La seva mida era la d'un llibre normal, però cada vegada que s'obria per una pàgina, el contingut d'aquella pàgina era diferent... I la numeració de les seves pàgines era aleatòria, no lineal. Era el llibre infinit. "El número de páginas de este libro es exactamente infinito. Ninguna es la primera; ninguna la última...", diu un personatge del conte. El conte és del principi dels anys setanta i, llegit avui, podria ser una premonició d'Internet.

Internet ha arribat a una societat en bona mesura ja globalitzada per la televisió (el "veïnatge universal" de MacLuhan). La televisió ofereix a individus de tot el globus continguts comuns, uns mateixos referents que cohesionen gradualment una "cultura global". La irrupció d'Internet aporta un factor nou: els usuaris d'Internet poden intercanviar directament informació, més enllà de la mediació de la televisió. Es converteixen així en subjectes actius, no en espectadors passius. I Internet globalitza un volum fenomenal d'informació.

En aquest moment, televisió i Internet són dos mitjans merament juxtaposats, però encara no connectats. En aquesta juxtaposició, en aquesta coexistència, es fan evidents diferències rellevants entre televisió i Internet:



La televisió arriba a milers de milions de persones a tot el planeta, mentre que Internet arriba amb prou feines a 400 milions de persones.



En aquest sentit, la televisió és un genuí mitjà de comunicació de masses: la televisió és un mitjà que relliga i cohesionava una massa de televidents entorn d'uns mateixos referents, missatges, líders, icones. Internet, no. Internet no és –avui– un mitjà de comunicació de masses. En això, Internet seria més a prop del telèfon que de la televisió.

S'ha parlat sovint de la fusió d'ambdues pantalles: la del televisor i la de l'ordinador, la d'Internet. La pantalla única per la qual s'accedeix a tot (televisió, videopel·lícules, dades d'Internet i d'intranets, correus electrònics, xats i fòrums, videotelefonía, llibres digitals, etc.) és una possibilitat encara no realitzada. No per qüestions principalment tècniques, sinó a causa de les **actituds diferents de l'internauta i del televident**.

L'internauta té davant la pantalla una actitud activa, de cercador, de pescador, de descobridor, de navegant, d'interlocutor, de conversador. El televident té una actitud passiva, d'espectador, de públic, de contemplador, d'expectació, d'espera.



Navegar per Internet i veure televisió són dues pràctiques molt diferents i demanen dues actituds diferents. Necessiten, segurament, dues pantalles.



En el que sí que connecten televisió i Internet és en el factor temps. Són dues pantalles per a dues pràctiques, però el temps és un: el temps hàbil d'una persona per a romandre davant d'una pantalla és limitat. Algunes enquestes assenyalen que en molts casos es resta temps a la televidència per a dedicar-lo a la navegació per Internet.



El que sí que podrà facilitar Internet és la definitiva globalització de la televisió o, millor, dels continguts televisius.



És fàcilment imaginable un moment en el qual qualsevol persona des de qualsevol part del planeta tingui accés per mitjà d'Internet, si ho desitja, a qualsevol programació televisiva en emissió en aquell moment en qualsevol canal del planeta (sigui quina sigui la forma d'accés: lliure, previ abonament, per pagament per visió, etc.).



Amb la irrupció d'Internet s'ha començat a parlar d'una "intel·ligència col·lectiva", d'una "cibercultura".



Aquesta "intel·ligència col·lectiva" seria el resultat de la interconnexió de persones separades per l'espai i per les seves diverses cultures d'origen, de la interconnexió de cervells en interacció. És un àmbit nou, una nova forma de cultura: la "cibercultura".



La cibercultura és "universal" perquè apel·la a la humanitat sencera, si bé no és encara planetària perquè no assoleix la totalitat del planeta.



Aquest és un dels enigmes per al segle XXI: fins on i a quina velocitat s'expandirà el ciberespai, les xarxes, la societat de la informació? Quan es podrà predicar que és irreprotxablement global?

La cibercultura és una forma de cultura sense dirigisme, que interconnecta qualsevol individu amb qualsevol altre. En paraules de Pierre Lévy, "tots som al mateix bany, al mateix diluvi de comunicació" (*La cibercultura, el segon diluvi?*, 1998, Barcelona: UOC / Proa).

Un tret de la cibercultura, per a Lévy, és que escapa a un concepte totalitzador de cultura, perquè no hi ha ja un sentit únic de la història, hi ha una barreja de punts de vista i de legitimitats.

Aquesta cibercultura, de totes maneres, té un grup líder: la joventut metropolitana educada.

Quin és l'horitzó de la cibercultura? Que cada persona, ordinador, màquina o artefacte del planeta estigui interconnectat amb tots els altres. És a dir, l'objectiu seria una civilització de telepresència generalitzada. En el si d'aquesta civilització que ve s'establirien **comunitats virtuals**, depenent de determinats interessos comuns, afinitats i coneixements, projectes i cooperacions.

Així, es generalitzarien les relacions "virtuals", cosa que, per a Lévy, no és una amenaça per als contactes personals: les cartes d'amor, argumenta, no eviten que dos amants es besin. Per això considera que el terme *comunitat virtual* s'hauria de substituir amb més justícia pel de *comunitat actual*, ja que el ciberespai fa possibles comunitats en acte que abans ho eren només en potència.

El resultat de la cibercultura seria la "intel·ligència col·lectiva", si bé aquest concepte és molt gandul i espera una concreció: cada individu serà una neurona d'un megacervell planetari, o hi haurà una multitud de comunitats compartint un sentit? És una forma de coordinació en la qual cada individu és un centre, o es voldrà la subordinació dels individus a un organisme que els ultrapassa?

La cibercultura inclou, així mateix, noves formes de creació i expressió artística, l'anomenat *ciberart* (en particular, l'anomenada *música tecno*), els precedents de la qual estarien en cançons creades en estudi d'impossible reproducció en un concert en directe (com ja va començar a succeir amb algunes cançons del disc dels Beatles *Sergeant Peppers*). Un tret principal és que la música ha deixat de ser local: és universal i circula d'un punt a un altre del planeta, però no és totalitzadora, ja que es nodreix de multiplicitat d'orígens.



La figura de l'autor

Els analistes de la cibercultura consideren que la figura de l'"autor" passaria a un segon terme. La figura de l'autor està tradicionalment lligada a l'escriptura, sobretot a partir de la multiplicitat de textos que va propiciar la invenció de la impremta. La cibercultura tornaria en certa manera a la situació prèvia a aquesta, en la qual la figura de l'autor no era principal. Va començar a ser-ho amb el Renaixement, però abans la majoria de creacions i obres d'art no tenien un autor amb noms i cognoms identificables: la mitologia grega, la Bíblia, etc. serien exemples d'aquest tipus d'obres, i també els arquitectes i escultors de catedrals gòtiques.

La cibercultura i el coneixement

La cibercultura és la que accepta que el saber és inabastable. Quina novetat significa la cibercultura sobre formes de cultura anterior? Ho explica així Pierre Lévy (pàg. 129 de *La cibercultura, el segon diluvi?*, Barcelona: UOC / Proa):



"En les societats anteriors a l'escriptura, el coneixement pràctic, mític i ritual estava encarnat per la *comunitat viva*. Quan un *ancià* moria, es cremava tota una biblioteca.

"Amb l'arribada de l'escriptura, el coneixement és dut pel *Llibre*. El llibre, únic, indefinidament interpretable, transcendent, que pretén contenir-ho tot: la Bíblia, l'Alcorà, els textos sagrats, els clàssics, Confuci, Aristòtil... Aquí *l'intèrpret* domina el coneixement.

"Des de la impremta fins fa poc, un tercer tipus de coneixement està dominat per la figura del *savi*, del *científic*. Aquí, el coneixement no el porta el llibre, sinó la biblioteca. El coneixement és estructurat per una xarxa de remissions, assetjada des de fa temps per l'hipertext. Llavors, el concepte, l'abstracció o el sistema serveixen per a condensar la memòria i per a garantir un domini intel·lectual que la inflació dels coneixements ja posa en perill.

"La desterritorialització de la biblioteca a la qual assistim avui potser no és altra cosa que el preludi de l'aparició d'un tercer tipus de relació amb el coneixement. Per una mena de retorn en espiral a l'oralitat dels orígens, el saber podria ser conduït de nou per les *col·lectivitats humanes vives* més que no pas per suports separats servits per intèrprets o savis. Aquesta vegada, però, contràriament a l'oralitat arcaica, el portador directe del coneixement ja no seria la comunitat física i la seva memòria carnal, sinó el *ciberespai*, la regió dels mons virtuals a través de la qual les comunitats descobreixen i construeixen els seus objectes i es coneixen elles mateixes com a col·lectius intel·ligents."

En suma, per als seus profetes i apologetes, la cibercultura expressa una mutació en l'essència de la cultura. El seu ideal és la universalitat, de manera que tots els individus s'hi reuneixen virtualment, ubiqüament.



La cibercultura seria la cultura que correspon a la mundialització de les societats: és la primera vegada que una cultura es construeix amb visió universal.



Però no totalitzadora: l'al·legoria que usa Pierre Lévy és la d'un diluvi després del qual no sobreviu només una arca de Noè, sinó una multiplicitat de petites arques, de barques entre els corrents turbulents del nou diluvi.



I què succeeix amb el llibre? El llibre ha estat l'objecte, el suport sobre el qual tradicionalment s'ha conservat i transportat el gruix del pensament i del coneixement humà. El llibre ha tingut moltes formes: rotlles, còdexs, etc. Donarà Internet una nova forma al llibre? Fins i tot ara, Internet s'ha convertit en una missatgeria mundial al servei del llibre: la llibreria d'Amazon permet d'adquirir llibres de tot tipus per mitjà d'Internet.

Un altre pas plausible és el de l'encàrrec via Internet del "contingut" d'una obra literària determinada, que serà enviada digitalment i impresa immediatament en una llibreria del barri del client que l'hagi sol·licitat, i podrà anar a recollir-la en forma de llibre tradicional, i així llegir-la sense dependre de la pantalla.

Així mateix, Internet (i els CD-ROM, DVD, etc.) substitueix gradualment un tipus de llibres: les enciclopèdies. Altres llibres, tanmateix, es poden llegir a la pantalla: canvia el suport, no el contingut. (Sí que han dit alguns escriptors i crítics literaris, tanmateix, que l'ús del teclat i la pantalla d'ordinador modifica d'alguna manera l'estil de l'escriptura, el ritme, l'estructura.)

La pantalla, per a facilitar aquesta lectura, es fa "de butxaca": els llibres electrònics són al llibre el que els llibres de butxaca foren als seus voluminosos germans, els llibres de lleixa. El llibre electrònic és el *Libro de arena* de Jorge Luis Borges: en el llibre electrònic s'hi troben tots els llibres.



E-book



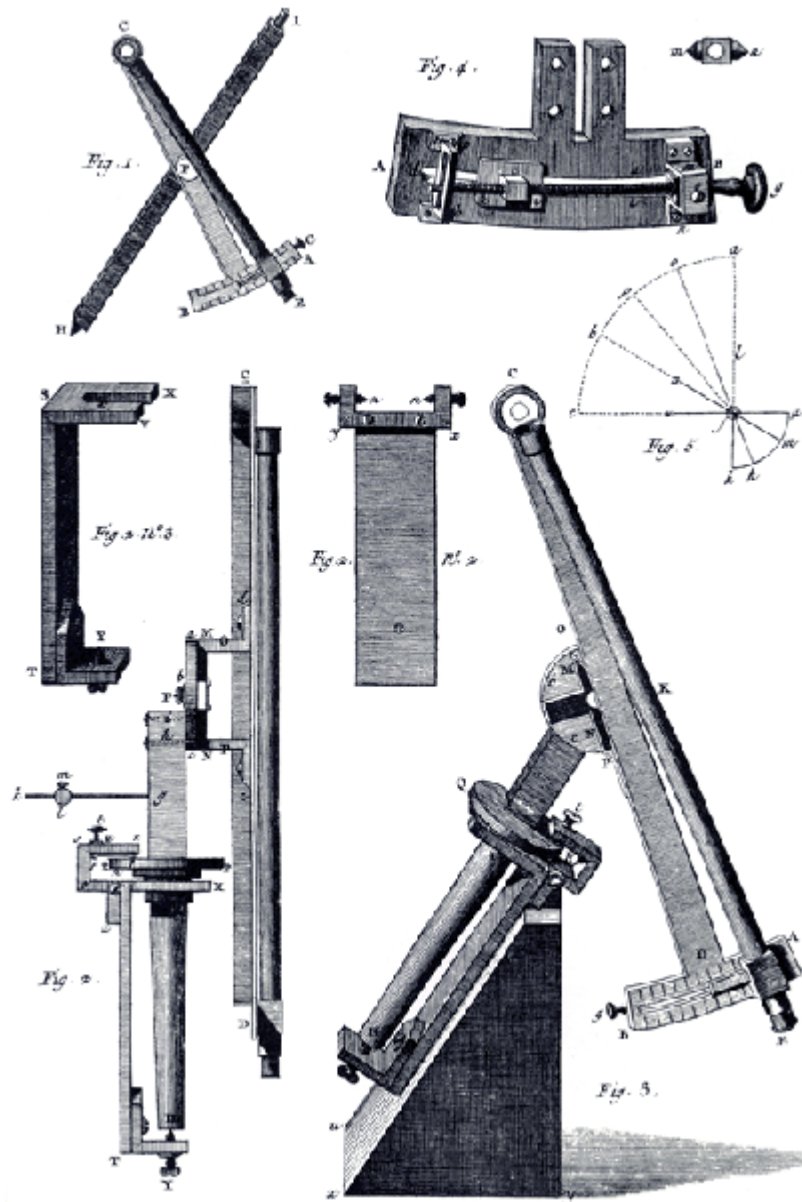
Rotlle de paper



Còdex medieval



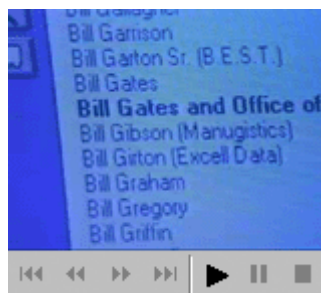
Primera biblia impresa



Pàgina de L'Enciclopedie

I després d'Internet, què?

Quin tipus de societat propicia la implantació d'Internet? *I després de Internet, ¿què?*, com resa el títol d'un llibre del sociòleg francès Dominique Wolton (2000, Barcelona: Gedisa). La societat implicada en el nou paradigma d'Internet és l'anomenada *societat xarxa*, en expressió de Manuel Castells, per als que ja hi vivim, ho vulguem o no. És la "galàxia Internet", en al·lusió a la clàssica "galàxia Gutenberg".



De Gutenberg a Bill Gates.

És la "societat xarxa" una societat que es basa no ja en la industrialització, com la que vam heretar del segle XIX, sinó en la "informacionalització", en l'"informacionalisme" ("un paradigma tecnològic que es basa en l'augment de la

capacitat humana de processament de la informació"). Aquesta "societat xarxa" està construïda al voltant de les xarxes de comunicació d'Internet, cosa que exigeix –en opinió de Castells– una reestructuració fonamental del sistema educatiu, per a "aprendre a aprendre", i de noves normes i regulacions per a la nova economia, per al nou mercat a la xarxa.

Per a alguns sociòlegs, tanmateix, Internet no significa cap revolució social real. Així ho manté Dominique Wolton, que veu Internet com una tecnologia més, i una tecnologia més que no sempre juga a favor de la comunicació (Wolton entén la comunicació com un fenomen social i cultural, i veu a Internet una via per a l'aïllament físic i emocional dels individus, una fragmentació social, i no una socialització).

En aquest sentit, per a Wolton, Internet no és un mitjà de comunicació, sinó una "proesa tècnica" que pot connectar algunes persones. Al seu entendre, Internet no proposa un nou projecte social sinó, en tot cas, una missatgeria i un suport per a fer alguns nous negocis.



Llegiu l'entrevista a Dominique Wolton a "La contra" de *La Vanguardia* del dia 3 de gener de 2001, i comenteu-ne les afirmacions.

Wolton abomina, per exemple, del "teletreball": res és més insubstituïble i essencialment humà que el contacte directe, personal, presencial, en la seva opinió. Per a il·lustrar la seva afirmació, aporta aquest cas real: diversos teletreballadors aïllats, per mitjà de contactes via Internet, van decidir de crear una aliança d'empreses de teletreballadors per a reunir-se presencialment en un mateix local i poder teletreballar en companyia.

Wolton subratlla la importància del contacte i dels vincles de masses, socials: "No existeix democràcia possible sense mitjans de comunicació generalistes que privilegïn una lògica de l'oferta el més àmplia possible", fins i tot havent-hi segmentació per mitjà de les televisions temàtiques.



Per a Wolton, Internet condueix a una segmentació tal que faria inviable el concepte de "societat" tal com ell l'entén.



I conclou:



"El veïnatge universal és una realitat tecnològica, però no una realitat social i cultural".



Activitat 6

La progressiva implantació d'Internet ha conduït la televisió a tenir present la xarxa per a alguns usos: pàgines web de les cadenes, algunes emissions televisives especialitzades, portals d'alguns programes, usos de correu electrònic en alguns espais, etc.

En programes com *Operación Triunfo* o *Gran Hermano*, Internet opera com una extensió, una prolongació, pròtesi de la televisió, etc. La interactivitat en televisió està arribant via Internet?

- Rastregeu tots els usos que actualment fa la televisió dels recursos que ofereix Internet (i plantegeu alguns futurs usos que se us occorrin).

Feina, plaer, joc: tot és virtual

Cada nova tecnologia exerceix una influència ineluctable sobre les relacions interpersonals, sobre el teixit de la cultura. En el cas de la televisió, es tracta d'un mitjà que fa de mitjancer entre la mirada humana i la societat.

En el cas d'Internet, és una tecnologia que genera una nova forma de relacions entre persones, entre individus, de tu a tu, sense necessitat de proximitat física, sinó només proximitat d'interessos.

Internet és un terreny expedit per a la circulació d'emocions, fomentat per l'anonimat de l'escriptura, l'escamoteig del propi físic: la xarxa es converteix així en una immensa carpa virtual per al contacte, un edèn de fantasies eròtiques, de satisfacció de desitjos sexuals (no debades els continguts sexuals i pornogràfics són els més consultats a la

xarxa, reflex d'un creixent biosedentarisme). Això recorda el "cine-soma" de la novel·la *Un món feliç*, d'Aldous Huxley: plaer sexual sense contacte carnal ("*El promiscuo ciberespacio prueba que el sexo no está entre las piernas, sin dentro de las cabezas*", escriu Romà Gubern).

Internet, d'altra banda, propicia una nova forma d'acostament personal afectiu: els qui es coneixen per mitjà de xats o correus electrònics a la xarxa es coneixen "de dins enfora": primer, els gustos, les aficions, els anhels, els somnis, etc. i, després, amb els esperits ja explorats, la cita física (el coneixement dels cossos). Justament al contrari del que és habitual sense Internet: primer succeeix el coneixement físic, el contacte visual, dels cossos i, després, per la fricció i el parlar, el coneixement de l'esperit, el caràcter, els gustos (aquesta forma de coneixement mutu plantejada per Internet té antecedents històrics: els enamorament epistolars d'èpoques antigues i romàntiques, i fins i tot els casaments per poders).

Si l'amor i el sexe tenen una creixent faceta virtual, també la té tot el que es refereix al món laboral i social: Romà Gubern, en *El eros electrónico* (2000, Madrid: Taurus) parla de *llaròtica (hogarótica)*, de tornada a la llar, que es converteix en un castell hermètic i autosuficient, prototip d'una vida quotidiana que respon a un ideal "claustrofílic", amb risc que la societat sigui un "desert ple d'individus" (desert per absència de proximitat física i emocional).

El contacte cada vegada més freqüent de l'individu amb realitats virtuals relativitzarà l'influx de la realitat "real", fent real el mite dels paradisos artificials en els quals tot estarà permès "incluso las llamadas perversiones o parafilias" (Gubern).



"En las sociedades postindustriales mucha gente pasa más tiempo relacionándose con pantallas y teclados de ordenadores que con personas, lo que implica un pésimo aprendizaje de la 'inteligencia emocional' de individuo" (Gubern, obra citada).

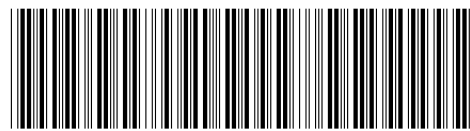
De la sala de cinema convencional a un Imax, Omnimax o 3D, d'allà al televisor de casa, a la videopel·lícula, a Internet, a un videojoc, etc.: un ciutadà contemporani viu en una densa iconosfera virtual. Els videojocs expressen aquesta creixent tendència. Hi ha milions de jugadors a tot el món, inversions milionàries per aconseguir nous mons virtuals per al videojoc i l'evasió individual de milions d'*homo ludens* (i col·lectiva: proliferen les "cibersales" on els jugadors poden mesurar les seves habilitats). Els videojocs vénen a reforçar la iconosfera humana amb nous mons virtuals, amb un llenguatge nou, en fase encara embrionària.

Els nostres avantpassats es van tancar en una cova per pintar la realitat exterior. Allà comencem a aixecar un món virtual. No ens hem aturat: en aquest món virtual, a aquella cova li hem donat forma de casa telemàtica, i des d'aquesta continuem aixecant mons virtuals en el ciberespai i habitant-los. Mons virtuals de mons virtuals.



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu



IP04/16020/00198