



**GILLES LIPOVETSKY Y
JEAN SERROY**

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

**Traducción de Antonio Prometeo Moya,
Anagrama, Barcelona, 2009, 352 pp.**

ISBN 978-84-339-6290-4

**(L'écran global. Culture Médias Et Cinema
a L'Age Hypermoderne, Editions Du Seuil,
Paris, 2007)**

H

oy en día vivimos entre pantallas. Pero no siempre fue así.

EL OCASO DE LA PANTALLA HEGEMÓNICA. El cine fue la pantalla hegemónica durante gran parte del siglo XX, desde que los hermanos Lumière inventaran, en las postrimerías del siglo anterior, un dispositivo mágico para capturar el tiempo para después proyectarlo en un espacio público. “El cine como lugar es la mirada compartida”. La aparición de la televisión a mitad de siglo no logró ensombrecer la fascinación por el cine. Sólo a partir de los años ochenta, coincidiendo con la comercialización doméstica del vídeo, el cine entra en su primera crisis al cerrar numerosas salas que no pueden competir con la llegada del VHS al hogar. Años más tarde, a comienzo de los noventa, el cine vuelve a vivir una segunda juventud que pronto se revela efímera, pues la aparición del DVD primero, e Internet después, hacen que el séptimo arte se instale definitivamente en una senda crepuscular que apunta, según algunos expertos, hacia su inevitable desaparición.

Otros, sin embargo, piensan que no hay ni habrá “muerte del cine”. Estamos asistiendo a la transmutación del “espíritu del cine” en otras pantallas, pero su espíritu permanece intacto a pesar de todos los cambios sociales que han intro-

ducido las nuevas tecnologías. No es el “fin del cine”, sino la aparición del “hipercine”. Es lo que sostienen Gilles Lipovetsky y Jean Serroy en *La pantalla global*, analizando la cultura mediática y el cine en la era hipermoderna. Nadie duda de que se seguirán rodando películas, tal vez muchas menos de elevado presupuesto y muchas más de reducida financiación debido al abaratamiento que supone hoy en día hacer cine. Pero la cuestión es saber si llegará un día en el que sólo las veamos en una pantalla de TV u ordenador y qué consecuencias tendrán estas nuevas formas de visión para la sociedad.

“Videopantalla, pantalla miniaturizada, pantalla gráfica, pantalla nómada, pantalla táctil: el nuevo siglo es el siglo de la pantalla omnipresente y multiforme, planetaria y multimediática”. ¿En qué sentido esta proliferación de pantallas en nuestra vida cotidiana supone un nuevo modo de ver el mundo y de relacionarnos con los demás? ¿Por qué este “frenesí de imágenes”? ¿Qué razones existen para celebrar la llegada de este “hipercine”?

Lipovetsky y Serroy entienden que la disolución del cinematógrafo en el audiovisual, tras haber perdido su antigua posición hegemónica en la sociedad, supone una paradójica oportunidad de desarrollo para este arte. Aunque no sea el medio dominante, hoy en día triunfa el “dispositivo que le es propio, no material, desde luego, pero sí imaginario: el del gran espectáculo, la puesta en imagen, el *star-system*”. El espíritu del cine, su estética y su ideología atraviesa todas las pantallas, a veces de un modo inconsciente y no deliberado. “Cuanto más compiten con él o lo sustituyen en la Red, la televisión, los videojuegos y los espectáculos deportivos, más fagocita su estética esencial áreas enteras de la cultura de la pantalla. Por los espectáculos, por los deportes, por la televisión y un poco por todas partes cabalga hoy el espíritu del cine, el culto a lo visual espectacularizado y a los personajes famosoides”. La paradoja de esta nueva era del cine sería la siguiente: el “ocaso institucional” del cine ha supuesto un incremento de su “influencia cultural” en la sociedad.

El cine nació libre, sin hipotecas con la religión, pues su vida surgió en una era sin dioses vigilantes. Tal vez porque fue ideado como “un invento” técnico “sin porvenir” (Lumière) más próximo al espectáculo popular de feria que al arte burgués sometido a las “distinciones” culturales. En el caso del cine, “el arte no crea la técnica, es la técnica la que crea el arte”. Si los Lumière acabaron imponiéndose a Edison, fue porque el kinetoscopio de éste último sólo permitía ver de modo individual el cine en un aparato, mientras que los hermanos franceses lograron proyectar imágenes en movimiento en un espacio público. Tan determinante fue esta circunstancia para la consolidación de la nueva cultura de masas como lo es hoy en día el triunfo (o “la venganza”) de Edison, porque la mayoría de la gente prefiere *ver el cine* (individualmente) antes que *ir al cine*. “Cada cual ve la película que quiere, cuando quiere y como quiere”. La caverna ya no es el cine, es el hogar donde refulgen las pantallas que compiten por llamar nuestra atención. La disponibilidad casi inmediata de cualquier película en DVD y, sobre todo, en Internet, hace que el espectador, presa de la ansiedad y la angustia, se haya convertido en un coleccionista que almacena toneladas de títulos: ya no dice “he visto”, ahora proclama con fatiga en sus ojos “me he bajado”. Una de las tesis más controvertidas de este libro es la de desvincular el cine y las vanguardias como dos procesos incompatibles: “la modernidad del cine no pasa por el radicalismo vanguardista, porque el cine no puede hacer tabla rasa de nada, a causa de su absoluta novedad”. El cine sería, pues, la culminación de una auténtica cultura democrática que se expresa a través de una identidad dual: ser un arte de masas —por su modo de “difu-



LIBROS



GILLES LIPOVETSKY Y JEAN SERROY La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna

sión” y de “consumo”— y al mismo tiempo una industria cultural global. El cine “domestica la cultura” (Emerson) poniéndola al alcance de las masas. La popularidad del cine estriba en su alejamiento de cualquier elitismo cultural que exija al espectador una determinada formación para entender y disfrutar de las películas, a diferencia de cualquier otro arte. El cine, como la moda, es permanente afán de novedad y presente, libre de la carga del pasado, celebración de la contingencia y transitoriedad de la vida moderna.

Frente al distanciamiento y la reflexión deconstructiva de las vanguardias, el cine, según Lipovetsky y Serroy, se instala en el ilusionismo. Si unos luchan por denunciar la ilusión, otros se esfuerzan por mantenerla. Y aunque reconozcan que el cine moderno supuso un cuestionamiento de todo el cine anterior —el paso de un cine narrativo a un cine subjetivo plagado de tiempos muertos, del final feliz a la ausencia de conclusión o la superación del relato lineal—, éste sólo sería una etapa más en la historia del cine a la que acusan de haber engendrado una nueva religión: la “cinefilia” como ideología que venera el cine de autor y condena el cine comercial. Los autores de *La pantalla global* consideran que ha llegado el momento de enterrar la antigua “cinefilia” elitista y reflexiva para sustituirla por una nueva “cinemania” popular y emotivista. La mirada cinéfila, heredera de la *Nouvelle Vague* y presente en determinados círculos de la crítica, reivindica la autoría artística del cineasta. Tal vez habría que preguntarse no sólo si el cine ha cambiado sino también saber por qué el espectador no tolera un cine que invita a la reflexión sobre la mirada y el mundo.

Sin embargo, lo que no dicen los autores de *La pantalla global* es la ideología que sustenta el cine: reducirlo a mero entretenimiento supone quedar cegados por la luminosidad de la pantalla global. El factor industrial y mercantilista construye una mirada que legitima el mundo existente bajo la promesa de una evasión temporal de la realidad. Tienen razón Lipovetsky y Serroy al escribir que sin el cine difícilmente podríamos entender la estética que rodea la vida cotidiana. Pero el análisis quedaría incompleto si no añadiésemos que el “espíritu del cine” también ha configurado una ética y una política.

Y, sobre todo, espero que el cine siga siendo una mirada compartida. Para que “salir del cine” siga siendo una vuelta de la hipnosis. Como escribiera Buñuel: “el cine ejerce cierto poder hipnótico en el espectador. No hay más que mirar a la gente cuando sale a la calle, después de ver una película: callados, cabizbajos,

ausentes”. En un texto titulado “Salir del cine”, Roland Barthes hablaba de la ausencia de mundanidad que define la sala oscura, poblada y anónima; y concluía que nuestra relación con el cine pasaba por dos distancias esenciales: la distancia amorosa, la que nos identifica hipnóticamente con la pantalla, como un espejo; y la distancia crítica, la que rompe la fascinación filmica y nos hace preguntarnos por los *alrededores* de la pantalla.

LAS OTRAS PANTALLAS Y SU PEDAGOGÍA. Resulta interesante el análisis que realiza *La pantalla global* sobre la influencia del cine en la televisión y la publicidad. La moda del *reality show* no es sólo una comercialización de la vida íntima de las personas que borra cualquier distinción entre lo público y lo privado: “Lo esencial, el desafío, no es mostrar lo real, sino que *parezca una película*, una película con sus dramas, su suspense, sus lágrimas y su *happy end*”. Del mismo modo, la persistencia del referente cinematográfico es reconocible en la publicidad — brevedad de los planos, ritmo, rupturas de montaje, etc. —. Incluso la denominada “publicidad creativa” ya no se concibe como un mensaje que alabe los beneficios de un producto: ahora persigue establecer una idea de venta o de marca, “subrayar un modo de vida o un imaginario, rejuvenecer la imagen”.

Los jóvenes y las pantallas, volumen colectivo coordinado por Roxana Morduchowicz, completa el análisis de *La pantalla global* al estudiar, desde la sociología y la antropología, la relación de los jóvenes con la cultura popular, entendiendo por ésta la cultura audiovisual y mediática. Las identidades de los jóvenes se trazan desde “la intersección del texto escrito, la imagen electrónica y la cultura popular”. La institución educativa santifica la cultura de la palabra y condena la cultura de la imagen, lo cual provoca la paradoja de una sociedad vez más analfabeta en materia audiovisual a pesar de que ésta atraviesa todas las pantallas de nuestra vida. De ahí que Gerardo Tudurí reclame en su *Manifiesto del cine sin autor* la democratización no sólo de las imágenes vistas, también de las posibilidades de filmación: “Toda persona tiene derecho a una cinealfabetización en los sistemas de educación oficial, que implique la realización de películas acordes a su edad y como medio de aprendizaje crítico del universo audiovisual en el que su vida habrá de desarrollarse”.

Juan Navarro de San Pío