



## Estètica del relat audiovisual

**Domènec Font**

Aquest text proposa un interrogant sobre la cultura audiovisual de la postmodernitat, partint del lloc estructural que ocupa el relat en les nostres societats secularitzades. Un interrogant sobre el paper de l'estètica dins de la ficció familiar i festiva que ens envolta (en els seus marges, més aviat). Per això, aposta per la consciència de l'espectador en un món replet de pantalles i suports desmaterialitzats i manté la defensa del gest crític i de l'activitat pragmàtica enfront dels textos, les imatges i els dogmes.

1.- Sense cap ànim de petulància, es diria que en aquest text hi coven una sèrie d'insatisfaccions teòriques. Per una banda, el forat negre entorn de la visibilitat moderna. Es té la impressió que, encara que afecten tot el cos social, les imatges del nostre entorn -fixes o mòbils, analògiques o digitals- no semblen necessitades d'una distància analítica que les consagri. Tradueixen una càrrega pulsional immediata per a la vista o per a la manipulació tàctil, però no exigeixen un major impacte que la seva evidència (més enllà de l'excés retòric i subliminal, únics *gestos* narratius de la imatge publicitària que bé es pot considerar com el vertader *passe-partout* de l'iconisme postmodern). De fet, a les imatges se'ls concedeix el valor que simplement exhibeixen, i, a l'objecte de proliferar sense més problemes en tots els sentits i a totes les pantalles exclouen el pes de les idees (1). El mateix s'ha de dir de les propostes audiovisuals dels *media*, regides i interpretades en funció de tres modes d'enunciació: informatiu, ficcional i lúdic. La força de la seva disponibilitat sembla conjurar qualsevol incògnita fora del judici lleu o irònic sobre les seves ritualitats. Es pot servir de com a mostra la informació *espontània* sobre el consum -la consumació, més aviat- televisiu a les pàgines dels diaris: un mosaic cridaner i colorista d'incidents insignificants, d'opinions de programadors, de corbes d'audiència, de xifres i d'idolatries camuflades en les què l'aparell sempre té el privilegi de disposar de l'última paraula. En fi, tampoc no sembla que existeixi cap apel·lació possible davant un món replè de pantalles i de suports desmaterialitzats, al punt que qualsevol dissonància enfront d'aquesta realitat il·luminada i virtual es converteix en desconfiança cap al perfeccionisme tecnològic que la fa possible. Un parc d'atraccions on tot es fa transparent i circula no exigeix cap compromís poètic o expressiu, sinó l'evidència dels resultats. En aquestes darreries del segle, la transfiguració tècnica del món rearma qualsevol descreença i potencia tota sort d'entusiasmes integristes.

Evidentment, ningú no pot disposar de la pedra filosofal en aquest lloc d'imatges i de màquines de visió. Per descomptat, aquest text no pretén fer cap diagnòstic en relació a

un tema que exigeix, fora d'això, moltes travessies. De conceptualització forçament comprimida, per més que es pretengui germinal d'un camp més vast d'operacions investigadores, es limita a un trajecte sobre els conceptes que donen forma a l'enunciat del treball. I ho fa en filigrana, conscient que determinats paràmetres hermenèutics entorn de la imatge, antany indiscutibles, es manifesten en tràngol de caducitat en relació a la pura virtualitat de l'imaginari contemporani. Succeeix, no obstant, que el relativisme especulatiu no anul·la la perplexitat. Com l'àngel benjaminià que busca allunyar-se d'allò que el té estupefacte, vivim instal·lats entre la fascinació i la distància en l'escenari tecnocultural del present. I en aquest vaivé sorgeixen una sèrie de preguntes obstinades en relació a un univers tecnològic el valor d'ús del qual sembla estar en lloc segur, però amb uns valors antropològics i culturals que es manifesten difusos.

2.- La primera qüestió que convé posar entre parèntesi en aquesta exploració erràtica és el concepte mateix d'audiovisual, *locus* obligat d'una bona part de les mediacions rituals que ens rodegen. Naturalment, no s'invoca aquí una precisió genealògica sobre la conjunció imatge-so, vista-oïda, en la nostra cultura, sinó una geografia visual en el territori de la qual conviuen -i en ocasions s'enfronten- diversos paisatges. Doncs bé, pocs conceptes resulten tan equívocs i insubstancials en la seva càrrega comunicativa com aquest en què s'allotgen tant la sèrie de productes mediàtics de circulació massiva com les seves terminals d'absorció. Si la indeterminació i la dispersió semblen les úniques cartes de naturalesa de la imatgeria postmoderna, el mateix cal dir d'aquest supermercat de pantalles que hem convingut a anomenar indústria audiovisual. La contaminació dels mitjans audiovisuals i la turbulència dels seus intercanvis - fotografia, cinema, televisió, vídeo, ordinador- fa que difícilment se'n puguin aïllar els camps específics, productes i propietats. No només es pot generar, afegir o esborrar tot, sinó que també es pot canviar de lloc, com la pel·lícula que indistintament circula en sala, en casset de vídeo, en pantalla domèstica o en metamedia individual. Una situació de transmediabilitat que qüestiona la teoria dels suports, fundada sobre el determinisme del progrés tècnic, en benefici d'un registre sobre els dispositius de producció i de reproducció de les imatges i dels relats, així com de la superfície-pantalla on s'instalen i s'administren.

De tot això es dedueixen els dos supòsits que defineixen l'audiovisual: *a)* la permanent hibridació entre totes les categories d'imatges i entre les diferents lògiques figuratives (de la imatge analògica a la seva conversió numèrica) i *b)* la reversibilitat dels espais, on els suports perden tota capacitat de modelar estructures de visió, i es transformen en un frontó on imatges i relats reboten amb independència de la funció que tinguin assignada. Els dos aspectes -contingència visual i mutació dels suports- acaben tenint efectes remarcables sobre la percepció dels productes culturals i la seva economia d'ús. Al cap i a la fi, la indústria de l'audiovisual seria tant la suma de les obres audiovisuals indiferenciades com la sinèrgia dels mitjans per no donar cos específic a cap, a més d'una mena de fireta o de *ménagerie* tecnològica, tant a escala industrial com personal, amb la pantalla convertida en la imatge mateixa (2); millor encara, en l'única realitat aprehensible amb què l'usuari manté una absoluta credibilitat enfront de la descreença en les imatges analògiques o digitals que allotja (3).

3.- No menys simptomàtica dels profunds canvis tecnoculturals de la nostra època és l'evolució del relat, d'aquest "art de la ficció" al qual es refereix Henry James en un dels seus miniaturistes assaigs. No pretenc rastrejar les vicissituds històriques de la forma narrativa, des del *mithos* aristotèlic fins a l'actualitat, per indagar sobre el relat audiovisual (per més que es tracti d'un recorregut històric extraordinàriament productiu per comprendre el nostre present, com es demostra en els rigorosos estudis de Frank Kermode, de Seymour Chatman, Peter Brooks o de Paul Ricoeur, entre d'altres) (4). Em conformo d'agafar una paradoxa que sembla unificar tots aquests treballs, es dir: la indubtable decadència de l'art de narrar, almenys en relació amb la tradició antiga, xoca amb la permanent necessitat d'una mediació narrativa per enfrontar-nos al caos del món. Dit en altres paraules, el desig de ficció no només roman, sinó que s'augmenta, però ho fa en relació proporcional amb l'erosió del paradigma narratiu.

Mig segle enrere, el filòsof Walter Benjamin incidia sobre la crisi prolongada de la narració, des de posicions alienes a la reivindicació nietzschiana de la ficció dels autors citats, però igualment pertinents per analitzar el present. En reflexions disperses al llarg de la seva obra, i de manera particular com a tesi central del seu assaig *Der Erzähler* (*El narrador*) (5), Benjamin relacionava la crisi de la narració amb la pèrdua de la paraula, i amb el declivi de l'experiència i amb el poderós augment de la informació. Per a l'assagista alemany, la percepció del real, producte d'una amplitud i d'una plausibilitat informatives, no garanteix el seu processament. Mentre la informació cobra totes les seves recompenses en el curs inescrutable del món, la ficció s'esvaeix. "Diríase que una facultad que nos pareciera inalienable, la más segura entre las seguras, nos está siendo retirada: la facultad de intercambiar experiencias" (BENJAMIN,1991:112). En el fons del pensament benjaminià s'hi troba el declivi de l'experiència cognitiva i de la confrontació amb el relat que embraga la nostra experiència amb el simbòlic.

Hi ha pocs dubtes en relació amb el debilitament del paradigma narratiu als temps actuals, governats per l'ordre pragmàtic i per l'horitzó extàtic de la simulació. És cert que la perennitat de la ficció sembla garantida perquè en ella- i en les seves metamorfosis no sempre positives- va implícita la supervivència de la cultura, com refereix Paul Ricoeur, no sense participar amb paor del veredict benjaminià (RICOEUR,1987:57-58). Però no és menys cert que, un cop transformada en apèndix de l'entreteniment, la indústria de la cultura resulta tan pròdiga en propostes fictionals com en la relativitat de les seves representacions (6). En qualsevol cas, val la pena de considerar com la perspectiva de l'esvaïment ficcional, en tant que proposta del món, sobrevola els mitjans audiovisuals i el nivell de miniatures que expandeixen (7). És una cosa que sembla clara en aquesta maquinària perfectament greixada que anomenem televisió, sobre la qual s'edifica l'episteme contemporani, però que podem estendre a la producció dominant del cinema actual, inscrita en idèntica projecció domèstica. I que, sens dubte, resulta contundent quan ens acostem al planeta vídeo, a la rutilant tecnologia multimèdia i a la navegació numèrico-virtual, dispositius en els quals la representació mai no acaba de constituir-se com a tal per raó de la dejecció de la imatge i del bricolatge de descomposicions presidides per un dèbil automatisme genèric i per

una superior capacitat d'esborrament (8).

En aquest text introductori, em resistia a entrar en l'espai televisiu i en les seves mutacions nacionals i internacionals. Però sembla una tasca inútil des del moment en què ens referim a la narració audiovisual i a la fabricació industrial de relats. Justament, perquè la televisió s'ha convertit en una formidable maquinària narrativa que ocupa l'univers quotidià "com s'ocupa un terreny, com es munta guàrdia, no tant per fer circular un missatge com per evitar que circuli qualsevol altre, abans per fer obstrucció que comunicació"(DANEY, 1986:24) (9). Efectivament, no es pot ignorar la televisió perquè és en aquest aparell on el relat més es propaga i més es desactiva, on es democratitza amb la convivialitat i l'esborrament de fronteres entre vida privada i esfera pública, a condició d'entrar en una cadena de restriccions sobre els seus modes ficticials: allà on la noció d'esdeveniment adquireix una determinació decisiva i les estructures narratives es difuminen per totes les esferes -informatives, lúdiques, ficticials pròpiament dites- per preservar l'espectacle de l'entreteniment i de la futilitat. En fi, on i des d'on prenen carta d'ajust les prognosis de Benjamin sobre la hipertròfia informativa nodrida per un flux indiferenciat de dades i de notícies, la devoció populista i la producció fractal de minúsculs successos ficticials directament abocats a l'oblit. "Narrar històries sempre ha estat l'art de continuar explicant-les i aquest art es perd si ja no hi ha capacitat de retenir-les" (BENJAMIN, 1991:118).

Efectivament, només cal donar un cop d'ull a "aquella pantalla pròxima i familiar en què succeeix tot, absolutament tot, indistintament i simultàniament, (BELLOUR,1990:247), per certificar com la narrativitat està sempre en entredit. Es tracta d'un territori replè de minúsculs relats sense gairebé condicions de legitimitat, que transiten entre canals i franges horàries remarcant les seves absoluta artificialitat i funció de farciment sense cap rubor, relats seriatos que s'entrecreuen, es mesclen, desapareixen i es recuperen com a urgent exemple del Mateix. Provo de reconèixer les diferències entre la *televisió de l'espectacle* i la *televisió dels serveis*, entre la *tele-trash* i la *tele-psy* amb les seves teràpies populars, confessions pastorals i policials, esforços cap als comportaments domèstics i conjugalitats crítiques, sessions fòrum que enfronten la teràpia popular als sabers acadèmics... Sóc conscient de les mutacions d'aquesta formidable màquina *massmediàtica*, de la televisió a la carta i el funambulisme de zàping, del gran salt endavant des de l'aparell programat i amb totes les cartes marcades als *quick services* i el televident convertit en un *screenager* o teleadicte exercitant les seves curiositats i manies... Però en aquest cúmul de propostes convenientment manufacturades per a un públic addicte i un espectador absent (les audiències i les quotes de pantalla són com tothom sap, la *idiotesa succesful* de programadors i publicitaris; la televisió no té espectadors o, si es prefereix, no rehabilita cap funció espectral (10), no trobo cap discurs distintiu. En el conjunt d'anècdotes domèstiques que m'assetgen des de la petita pantalla difícilment localitzo alguna de les exigències secretes del *rizoma* i sí, en canvi, una acumulació de fibres nervioses que proclamen als quatre vents la metàstasi del relat (11).

Espectador i trama ficticial són conceptes també posats en entredit en una bona part de la producció cinematogràfica recent. El vell art d'explicar històries ja no té un lloc

propí en un espai farcit d'històries ràpides i de consum d'autoservei. Sense altres referents que la publicitat, considerada com el triomf absolut de l'entropia en l'estela baudrillardiana (12), dissolt en els estàndards de la representació televisiva (com una figura paradigmàtica, el telefilm, vertader ectoplasma d'aquesta mixtura), embalat per una panòpia de tècniques d'animació, models sintètics i efectes especials de tot tipus, l'espectacle cinematogràfic actual s'està convertint en una mera i desnaturalitzada atracció de fira.

Aquesta situació, convenientment raonada en totes les seves arestes, ens pot conduir cap a l'últim supòsit enunciat en el text, el projecte estètic. També en aquest cas s'imposen algunes precisions sota el mantell d'una relativització de models hermenèutics tradicionals. Ara com ara, sembla evident un retorn a l'estètica com a activitat projectiva i com a horitzó analític en totes les esferes culturals. El curiós és que aquesta tornada d'allò estètic, després del cúmul de sospites ideològico-formals d'antany, es produeixi en les darreres dècades coincidint amb la catequesi audiovisual, com si amb això es volgués validar alguna cosa que va desapareixent progressivament de l'horitzó. És més, a la idea de l'estètica s'hi superposa fins i tot el plural, sense que quedi clar si es tracta de la concurrència de diverses estètiques possibles o de diferents maneres d'abordar el tema estètic dins d'una sociologia de les idees (13).

Fora d'això, en parlar d'estètica se superposen camins diversos: el de la bellesa, noció escampada pels documents més antics des de Plató (el bell serveix per definir l'obra d'art, però no com a exclusiu ni com a suposat ideal); el del gaudi plaer (territoris que suporten malament l'abstracció i que, com bé ha assenyalat Barthes, només poden definir-se a partir de l'experiència viscuda enfront de l'obra i no pas en funció de l'obra mateixa); el del gust, aquella intuïció personal i inefable analitzada per Kant i posteriorment enjudiciada per Pierre Bordieu en el terreny de les esferes culturals.

Sense entrar de moment en consideracions ontològiques, és evident que tota aproximació estètica sobre l'obra audiovisual està vinculada a les seves funcions i a les seves formes d'existència. I que, lluny de plantejar-se com una cuirassa elitista, l'aparença estètica irriga una bona part dels productes culturals, encara que sigui a tall de posada en escena per a la seva gestió, la promoció i el consum immediats. Encara amb l'ensorrament de la representació, la indústria de l'entreteniment necessita un embolcall estètic sense fronteres per als seus protocols de mercat gran públic.

Efectivament, hi ha a les nostres societats secularitzades un popularisme estètic que pressiona i regula tot l'horitzó artístic des de la seva projecció mediàtica. I que planteja una esfera de llegibilitat i fruïció immediates per a unes produccions en què domina allò cursi, banal, la xerrameca. Una estètica de la lletgesa que no té res a veure amb aquella consigna de finals del segle XIX contra el mercat oficial de l'art i la confiscació dels criteris estètics per part de l'Acadèmia, sinó amb la mercadotècnica de masses i amb la simulació pomposa d'una crisi epocal. Sense cap mena de tensió ni de cap compromís estètic (mínims imprescindibles per a l'art i la cultura en tant que produccions socials, tan sols una "estetització banal, sense conseqüències, acomplida en el mirall de la producció, com pura determinació al consum" (BREA,1996:28). Res

de nou sota el sol. Al període d'entreguerres, Sigfried Kracauer va escriure una extraordinària miniatura d'assaig, "El ornamento de las masas" on es referia a aquests fenòmens culturals inscrits en l'àrea de la diversió com a formes buides, però promocionats com a dispositius empàtics per al consum popular. És cert que en als anys vint a trenta no existia la màquina televisiva, però convinguem que les consideracions de Krecauer sobre la cultura de masses s'han convertit en prognosi i entre crisi i crisi -la seva i la nostra són dos moments de gran tensió epocal- han canviat la llum dels reflectors.

En aquesta "transfiguració del banal", per seguir el dictat formulari d'Arthur Danto (14), li correspon el paper dominant a la indústria televisiva, sense que això vulgui dir que els altres mitjans - començant pel cinema- puguin col·locar-se decididament al marge, com veurem. No cal repetir que la televisió és "notre écran quotidien" (15) i que en aquesta totpoderosa vitrina domèstica es gestionen una bona part de les representacions imaginàries. Des d'aquesta perspectiva, ens hauríem de preguntar sobre la naturalesa dels productes audiovisuals que proposa, els seus processos intencionals i les seves funcions socials. Tot això a grans trets, sabent que l'asserció exigeix una reflexió detallada que no puc abordar aquí, ni des del punt de vista de l'anàlisi dels segments particulars de la televisió ni des de l'especificitat dels seus procediments discursius.

En parlar de la televisió generalista ens referim sempre a una estructura sintagmàtica de flux continu en què predomina la hibridació. Doncs bé, en aquest mosaic espectacular de propostes neopopulistes destinades a mobilitzar reaccions directes i primitives en els seus receptors, tota singularitat sembla ofegada. La qüestió de l'autor -problemàtica situada en el centre de qualsevol debat estètic-s'impone, per la seva absència, a través de dos aspectes estretament vinculats: per una banda, en la qüestió de si el telespectador exigeix i construeix una instància autoral en els productes que rep i, per l'altra, en quin tipus d'expectatives estètiques hi diposita. En propietat és estrany el moment en que l'usuari televisiu, convertit en epifenomen transitori dins de la massa del públic (17) busca l'autor del text que mira, emparedat en un oripell de minirelats familiars i davant d'unes imatges audiovisuals "que rep de manera purament afàsica" (JOST, 1992:66). En últim extrem, per trobar un segell, d'autor en té prou de transvasar l'acte enunciatiu cap al canal que emet el programa, únic dispositiu sobre el qual mereix dipositar la confiança (18). D'aquesta manera, l'acte enunciatiu i intencional de la ficció televisiva apareix preformat des de la mateixa institució i en el cos del text mateix. En unes altres paraules, l'enunciador sap que el seu producte (telefilm, *soap opera*, comèdia de situació o culebró) estarà emparedat en una graella, sense autonomia ni referencialitat i amb l'obligació d'apel·lar al funcionalisme fàtic i espectacular per singularitzar l'atenció. I, per si fos poc, quedarà sotmès a una sèrie d'interrupcions tant diacròniques (com ara la introducció als seus intestins de missatges publicitaris, insercions d'altres programes o minirelats promocionals del mateix canal) com sincròniques (amb l'espectador integrat en un permanent vaivé entre funcions domèstiques i circulació instantània de programes i de cadenes). Sabedor d'aquesta contemplació furtiva -de poder del *fluxus* enfront a l'*opus*- l'enunciador buida el producte de qualsevol referencialitat i tramata simbòlica, organitza el material perquè no

hi hagi lloc per a l'imprevist i perquè tota llacuna informativa quedi immediatament satisfeta. L'únic indicatiu de versemblança que travessa aquestes estructures discursives és la seva proximitat escenogràfica amb l'univers del telespectador, buscant el reconeixement fàtic, encara que fos a costa de navegar entre l'artificiós i el no creïble. Del menjador de *Las chicas de oro* a la sala de tribunals de *La ley de los Angeles*, de la cuina de Bill Cosby a l'hostal Manzanares, passant per la farmàcia de guàrdia i les habitacions de les cangurs, tot convergeix cap al *deja vu* amb les dues fórmules que fonamenten la seva economia de supervivència: l'absoluta accessibilitat i el consens receptiu. Malament pot haver-hi avaluació estètica davant un producte estereotipat i familiar inevitablement sotmès al flux general d'una programació fragmentària. I difícilment pot donar-se un ús negociador entre el públic (més enllà de les xafarderies sobre el reconeixement d'un *aire de familia* comú a totes les minificcions), considerat en tant que comunitat interpretativa, al meu parer més voluntariosa que real, pels *cultural studies* anglosaxons (19). En contra d'aquest estudis, en el *watching television* sol imposar-se un tipus de solidaritat domèstica (per assentiment, per menyspreu o per exclusió d'alguns dels seus membres) sense rols ni obligacions específiques.

Marginant el caràcter artístic de l'obra i exclouent-ne una altra condició interpretativa que no sigui la del sondeig -com tothom sap, el públic arbitra amb l'audímetre i un cop sondejat, desapareix- mal hi pot haver funció estètica. Donat que el producte televisiu arriba sense ésser sol·licitat i no suposa un desafiament ni cap interrogant, tampoc hi ha necessitat de jutjar-lo (en el sentit kantian: una reflexió de l'individu sobre el seu judici mateix, equilibrant espontaneïtat i intel·ligència); el seu modus d'existència es redueix a la seva immanència. D'aquí la idea de Sorlin que la *màquina televisió* no admet cap mena d'hermeneutica alguna, ja que tan sols és "portadora de trazas, de combinaciones, de conflictos" (SORLIN,92:12)

Però aquesta situació deriva cap a una altra conclusió, que és la de considerar tota experiència audiovisual com a *postestètica* (una etiquetació ambigua que pot definir tant la situació de reversibilitat dels productes com el desinterès hermenèutic cap a qualsevol identitat narrativa). En relació amb la primera qüestió, no resulta difícil establir índexs similars entre la ficció televisiva i la ficció cinematogràfica. Es diria, en principi, que no es poden fer distincions concloents entre la ficció cinematogràfica i la ficció televisiva en la seva situació actual. A més de procedir ambdues d'un mateix tronc (bé que en el cas televisiu, mitjançant fórmules epigonals i mestisses) i d'estar enquadrades en una organització contextual semblant en forma de gèneres i de productes serialitzats, mantenen la seva consideració d'espectacle mestís. Igual que la ficció televisiva, el cinema comercial viu de rèpliques clòniques, d'artificioses propostes sinonímiques, d'una ingent quantitat de productes reversibles que semblen exhibir-se i explicar-se per si mateixos, sense cap altra mediació que la seva consideració de mercaderies socialment programades. Una producció industrial sense cap gest creador, que no ve avalada per cap autor justament perquè desconeix la singularitat i, en conseqüència, no ha de retre comptes d'una mirada pròpia davant unes propostes "estètiques" (prenent l'estètica com a simple ostentació i en la seva condició asimbòlica) tan anònimes i descarnades com els seus universals consumidors. Al final,

una "exposició de cinema" emplenant tots els espais -de la sala a la tele, de la tele al vídeo i al làser-disc i no sempre per aquest ordre- per a un espectador minoritzat, dipositari de totes les traces fantasmàtiques i sense territori propi (20).

Però encara comptant amb aquest parentiu i amb el conseqüent descrèdit ficcional sobre la base de planificar la pel·lícula com si d'un telefilm luxós es tractés (21), continuen afluïnt en el cinema contemporani arriscades propostes d'autor que reclamen un subjecte estètic imaginatiu. Per més que la producció cinematogràfica actual reti homenatge a la televisió (als seus poders econòmics i al seu llenguatge esperanto), és impossible sostreure's a la idea d'una diferència bàsica entre ambdós mitjans, en quant a la seva funció intencional. Com assenyala Deleuze en el pròleg al llibre de Serge Daney, la televisió mai no va buscar la seva especificitat en la funció estètica, sinó en la funció social, funció de control i de poder (màquina de consensos per excel·lència), mentre que el cinema sempre ha conservat una funció estètica i noètica, fins i tot fràgil quan funcionava com un llenguatge comú i com un credo per a totes les propagandes ideològico-industrials, o, com en l'actualitat, tenallat per la catequesi audiovisual. Malgrat que històricament se li va negar legitimitat artística, el cert és que el cinema ha sabut donar cos a moltes qüestions en la pràctica i la reflexió estètiques del segle XX en la seva manera d'operar a fons i contemporàniament sobre els dos fronts: el dels processos simbòlics i el dels processos socials.

La dimensió estètica i dimensió comunicativa són les dues funcions que li queden al relat cinematogràfic per distingir-se dins del magma audiovisual en què sembla irremeiablement abocat. L'estètica com a valor diferencial (22) ens confronta amb les representacions del món i amb la funció fabuladora del coneixement, suscita una consciència simultània de l'emoció i el goig estètic i imposa a l'espectador la conveniència d'establir una relació densa amb ella. No pas la gravetat de l'anàlisi teòrica, sinó la perllongació del contacte amb el relat i el sotmetiment a qüestions sobre el seu relleu interior. A la fi, és una manera de confrontar-nos amb una certa idea de la veritat i amb els nostres enigmes, que són la veritable nervadura simbòlica del coneixement, gràcies als quals podem recuperar la nostra condició d'espectadors i subjectes estètics en lloc de ser un nombre estadístic destinat a suportar una al·lucinació audiovisual programada.

### **Bibliografia:**

Dudley ANDREW. *Film in the Aura of the Art*. Princenton University Press. 1984.

Jacques AUMONT. *La imagen*. Edic.Paidós. Barcelona, 1992.

*El ojo interminable*. Ed.Paidós. Barcelona, 1997.

Raymond BELLOUR. *L'Entre-images. Photo.Cinéma. Video*. Edit. la Difference. Paris, 1990.

Gianfranco BETTETTINI. *L'occhio in vendita-Per una logica e un etica della comunicazione audiovisiva*. Marsilio Editori. Venezia, 1985.

*La conversación audiovisual*. De. Cátedra. Madrid, 1986.

José Luis BREA. *Un ruido secreto: el arte en la era póstuma de la cultura*. Mestizo. Murcia, 1996.

Francesco Casetti. *L'immagine al plurale*. Marsilio Edit. Venezia, 1984.

"De la paléo à la neo-television". Revista *Communications* 51. Seuil. Paris, 1990.

ARTHUR DANTO. *La transfiguration du banal*. Seuil. Paris, 1989.

Daniel DAYAN. "Raconter le Public". Revista *Hermes* nº 11-12. Paris, 1992.

André GAUDREAULT / François JOST. *El relato cinematográfico*. Paidós. Barcelona, 1995.

Gerard GENETTE. *Figuras III*. Edic. Lumen. Barcelona, 1989.

*La obra de arte*. Edit. Lumen. Barcelona, 1997.

Jesús GONZALEZ REQUENA. *El discurso televisivo*. Cátedra. Madrid, 1988.

François JOST. *Un monde a notre image. Enonciation, Cinéma, Télévision*. Meridiens Klincksieck. Paris, 1992.

GUY LOCHARD / Henri BOYER. *Notre écran quotidien. Une radiographie du télévisuel*. Dunod. Paris, 1995.

Paul RICOEUR. *Tiempo y narración. configuración del tiempo en el relato de ficción*. Ediciones Cristiandad. Madrid, 1987-1996.

Marie Claire ROPARS. *L'Idée d'image*. Presses Universitaires de Vincennes. Paris, 1995.

Pierre SCHAEFFER. *Comment vivre avec l'image*. PUV. Paris, 1989.

Pierre SORLIN. *Esthétiques de l'audiovisuel*. Nathan. Paris, 1992.

## NOTES:

(1) La relació de la imatge amb la idea travessa des de Plató totes les reflexions eidètiques d'Occident (Sant Agustí i Descartes, Kant i Nietzsche, Benjamin i Blanchot...). Un dels darrers assaigs dedicats a reflexionar sobre els mecanismes paradoxals de la imatge es deu a Marie Claire Ropars-Wuilleumier: *L'Idée d'image*. París: PUV, 1995.

(2) Un llibre com *Les indústries de l'imaginaire*, de Patrice Flichy, és una bona guia de la indústria audiovisual a escala planetària, amb les seves concentracions multiformes, els seus avenços tecnològics i els seus usos, les estratègies de les marques i els grans trusts multimedia (la concentració numèrica i virtual i els seus poderosos interessos industrials obliguen l'autor a una posada al dia).

(3) No deixa de ser curiós el vocabulari retòric dels qui des de la beateria postmoderna aboguen per una "antropologia cultural de les superfícies". Cf el text d'Alain Renaud dins l'obra col·lectiva *Videoculturas del fin de siglo*. Madrid: Cátedra, 1990.

(4) Frank Kermode. *The Sense of an Endina. Studies in the Theory of Fiction*. Londres: Oxford University Press, 1967; Seymour Chatman. *Historia y discurso: estructura narrativa en la novela y en el cine*. Madrid: Taurus, 1990; Peter Brooks. *Reading for the Plot. Design and Intention in Narrative*. Cambridge; Londres: Harvard University Press, 1992; Paul Ricoeur. *Tiempo y narración I,II i III: Configuración del tiempo en el relato histórico, en el relato de ficción, en la narración*. Libros Europa, Ediciones Cristiandad, 1987-1997.

(5) Cf. Walter Benjamin: *Discursos interrumpidos*. Madrid: Taurus, 1973; *Imaginación y sociedad*. Madrid: Taurus, 1980; *Para una crítica de la violencia y otros ensayos. Iluminaciones IV*. Madrid: Taurus, 1991.

(6) José Luis Brea ha analitzat aquesta tensió epocal que desplaça la cultura cap a la vida del servei immediat i que es complau en el seu mateix caràcter efímer. Cf. *Un ruido secreto. El arte en la era póstuma de la cultura*. Múrcia: Palabras de arte, 2 Mestizo AC, 1996.

(7) Sobre la precarietat del model ficcional incideixen Vicente Sánchez Biosca i Rafael Trancha, en la introducció a l'heteròclit conjunt de textos sobre els destins del relat a la fi de mil·lenni. València: Filmoteca de la Generalitat Valenciana, Archivos de la Filmoteca, 21, octubre de 1995.

(8) La ficció acaba sent, per absència, el gran inconscient de les instal·lacions de vídeo, que, en la seva explotació de nous paràmetres del temps i de l'espai, es presenten com a esdeveniments ficcionals (les obres de Hill, Viola, Graham, Kuntzel, Muntadas, etc); un capítol a part són els video-jocs regits sempre per un patró narratiu i per les autoregulacions de les imatges virtuals del taulell informàtic.

(9) Vet aquí, per cert, una censura de caràcter positiu –l'ocupació *tot terreny*- que

caracteritza la televisió i que mai no se li retreu. Encara empresonada entre discursos passionals, sorprèn la condescendència intel·lectual cap a la televisió com a megarelat que fagocita la resta de les narracions audiovisuals i les converteix en els seus consentits estatges.

(10) "Els receptors televisius son els més actius consumidors de simulacres i els més ortodoxos practicants d'una mística de la renúncia a la relació amb les coses i de la recerca d'un contacte amb les aparences". Gianfranco Bettetini. *Cauto elogio della ripetizione*. Text inclòs a l'obra col·lectiva. *L'immagine al plurale*. Venècia: Marsilio Editori, 1984.

(11) Com a tronc subterrani, el rizoma és antigenealògic. S'origina per variació, expansió, captura, enfront de les arrels i les fibres nervioses que es reproduïxen constantment. Cf. Gilles Deleuze i Felix Guattari. *Rizoma*. València: Pretextos, 1997.

(12) "Triunfo de la forma superficial, mínimo común denominador de todos los significados, arado cero del sentido (...). Todas las formas de actividad actuales tienden hacia la publicidad y en su mayor parte se agotan en ella. No necesariamente en la publicidad nominal, la que se produce como tal, sino en la forma publicitaria, la de una forma de operar simplificada, vagamente seductora, vagamente consensual (todas las modalidades se confunden en ella, pero de manera atenuada, desnervada." Jean Baudrillard: *Publicidad absoluta, publicidad cero*. Madrid: Revista de Occidente, 92, 1989.

(13) Cf. Pierre Sorlin: *Esthétiques de l'audiovisuel*. París: Nathan, 1992. L'autor és, juntament amb Marie Claire Ropars i Michel Lagny, l'impulsor d'una excel·lent col·lecció d'assaigs estètics, individuals i col·lectius, editats per Presses Universitaires de Vincennes.

(14) *La transfiguration du banal* (1981) Edició francesa. París: Seuil, 1989.

(15) Cf Guy Lochard i Henri Bover: *Notre écran quotidien: une radiographie du télévisuel*. París: Dunod, 1995

(16) Sobre les idees del palimpsest, la contaminació i el sincretisme s'han establert els signes d'identitat de la neotelevisió, a partir dels anys vuitanta. Cf. els treballs fundadors d'Umberto Eco, *La guerre du faux*. París: Grasset, 1985, Jesús González Requena. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra, 1988 i *Communciations*, 51. París: Seuil, 1990.

(17) Inútil passar per alt la producció i programació del públic dins les estratègies de les indústries culturals. Els treballs de John Fiske, Eric Macé i Daniel Dayan, entre d'altres, incideixen sobre el procés de construcció social i industrial del públic televisiu.

(18) L'únic autor implícit (especialment per als crítics i comentaristes) és el productor programador, del tipus Steven Bochco. Una prova evident del transvasament televisiu del realitzador al productor, de l'obra al producte, del text singular al disseny de sèrie.

(19) Cf. els treballs de la sociologia americana (Fiske, Lull, Curran...) i l'escola de Birmingham (Stuart Hall i David Morley, entre d'altres).

(20) Encara que sembli obvi contrastar-ho, el procés de recepció del cinema està molt vinculat als textos, al seu entorn històric i a la disposició dels llocs on es reben. Cf. Manuel Palacio, *La noción de espectador en el cine contemporáneo. A Historia general del cine*. Volum XII. Madrid: Cátedra, 1995.

(21) "Comme tous les vieux couples, cinéma et télévision ont fini par se ressembler". Serge Daney. *Ciné Journal*. París: Cahiers du Cinema, 1986.

(22) Alguns dels textos sobre estètica del cinema apareguts en els darrers anys circulen sobre aquesta rellevància singular. Possiblement el més conegut pel seu valor programàtic és el de Dudley Andrew, *Film in the Aura of Art*. Princeton (EUA) University Press, 1984. Però els treballs de David Bordwell i Kristin Thompson, de Jacques Aumont, de Raymond Bellour i Marie Claire Ropars i els de Stephen Neale i Leonardo Quaresima, per citar noms reconeguts dins de les noves aportacions crítico-metodològiques en relació amb el cinema i amb la representació artística, abunden en l'atenció estètica com a horitzó singular del cinema, enfront dels productes audiovisual massius.

