

≡ *Pensar al borde del abismo*

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. *La pantalla global: cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama, 2009.

Aspirar a la superficialidad en términos superficiales

Baudrillard

Paul Virilio, a pesar de ser el gran teórico de la incidencia de la velocidad en la cultura contemporánea, nunca se ha dejado llevar por el apresuramiento en sus estudios, si bien el pensamiento que los habita no está exento de un cierto nerviosismo que debe achacarse sin duda al signo de los tiempos. En otros teóricos contemporáneos se detecta, sin embargo, un cierto grado de lo que antes se denominaba neuras-tenia, que también debe de estar ligado seguramente *zeitgeist*. Es el caso de Lipovetsky, quien ha ido mimetizando paulatinamente el talante íntimo de sus objetos de estudio —la moda, lo efímero, la hipermodernidad— del mismo modo en que Zelig, el personaje de Woody Allen, adquiría el aspecto de sus contertulios hasta confundirse con ellos. A una época inflacionaria, superficial e instalada en un presente que varía a una velocidad de vértigo, Lipovetsky le ha dedicado, en su último libro, junto al crítico cinematográfico y teórico de la literatura Jean Serroy, una mirada igualmente inflacionaria, superficial y tan sujeta a la velocidad de los cambios analizados que podría decirse que con ella se inaugura un nuevo género ensayístico: el del *fast-thought* (pensamiento rápido),

en el que los eslóganes vienen a sustituir a los conceptos para mayor gloria de quienes, teniendo prisa por atender a su teléfono móvil, no quieren renunciar a la sensación de creer que saben lo que están haciendo.

Situados entre la sensibilidad crítica de la Escuela de Frankfurt y el aturdimiento posmoderno de las grandes corporaciones multinacionales, creadoras de fulgurantes universos de consumo, algunos pensadores no saben si van o vienen. El más característico de esta indecisión moral-epistemológica es, sin duda, Gilles Lipovetsky, el estilo de cuyos libros parece moverse entre el de un ligero manual de autoayuda y el de un sesudo tratado de sociología, sin acabar de decidirse nunca por ninguno de los dos, aunque con una peligrosa tendencia a decantarse, a lo largo de su producción, hacia la primera posibilidad en claro detrimento de la segunda. En todo caso, se trataría de manuales de autoayuda de altos vuelos o bien de tratados de sociología para sociólogos apresurados. Su obra, después de que su autor fuera declarado “gran estrella del pensamiento contemporáneo” (¿qué fue de los Barthes, los Foucault, los Deleuze?), ha decaído hacia un apresuramiento que denota incapacidad para introducir sosiego al vertiginoso movimiento de los sucesos contemporáneos que le rodean. Algo así como si para diagnosticar un infarto de miocardio hubiera que estar padeciendo al mismo tiempo un infarto de miocardio. Daniel Innerarity hablaba, a propósito de *El crepúsculo del deber*, otra obra de Lipovetsky, de una ética indolora. En general, podríamos decir que Lipovetsky practica una epistemología indo-

lora que no requiere mucho esfuerzo pero que da la sensación de que con la misma se ha recorrido un largo camino, cuando en realidad el lector no se ha movido de sitio, como ocurre con esas cintas que hay en los gimnasios: no en vano los artilugios de este tipo quitan mucho tiempo a la lectura.

La pantalla global es un libro que pretende describir los cambios experimentados por el cine a causa de las propias transformaciones que ocurren en la cultura al aumentar en ella el grado de incidencia de lo visual. Podríamos decir que el cine ha sido, a lo largo del siglo XX, el caballo de Troya que ha permitido la introducción, subrepticia, de lo visual en la cultura hasta lograr que el signo de ésta cambie drásticamente: si en los años sesenta del siglo anterior se podía hablar de un giro lingüístico, ahora experimentamos un giro visual que implica no sólo la proliferación de tecnologías audiovisuales o concretamente de pantallas, como indican Lipovetsky y Serroy, sino también una forma distinta de entender lo real, el conocimiento, la sociedad y el sujeto. Ello implica que el inductor del cambio, el cine, se transforme también tan drásticamente que empieza a perder la consistencia de antaño y propone no sólo nuevos temas, sino sobre todo nuevas formas de producción, distribución y disfrute: “El verdadero cine no queda atrás, sino que no cesa de reinventarse” hasta provocar lo que los autores denominan una *cinematografización* del mundo.

Lipovetsky y Serroy se proponen describir estos cambios a través de dos conceptos fundamentales que están íntimamente ligados, el de la hipermo-

dernidad y el del hipercine. El concepto de hipermodernidad (que ya había sido tratado en otro de los libros de Lipovetsky, *Les temps hypermodernes*) les sirve a los autores para oponerse al de posmodernidad. Afirman, sin grandes alardes teóricos, que no estamos ante una superación de la modernidad, sino ante una inflación de la misma. No deja de ser curiosa esta oposición a la idea de posmodernidad, en primer lugar por lo que significa de coincidencia, perversa, con las conocidas posturas de Habermas en torno a la idea de que la verdadera modernidad no ha sido aún alcanzada. Para los autores, la modernidad no se puede dar en efecto por cerrada, pero su continuación, tal como la describen, es claramente apocalíptica y supone la bancarrota efectiva de sus fundamentos más característicos.

Dicen, por ejemplo, que “el neodocumental expresa el fin de los grandes sueños colectivos y de las profecías de la modernidad triunfante” y que las transformaciones cinematográficas contemporáneas son equiparables a “la fuga hacia delante del hipercapitalismo financiero y consumerista”, lo que no les parece del todo mal. Los autores no sólo describen con complacencia un mundo delirante y vertiginoso, sino que se integran completamente en el mismo y renuncian, por lo tanto, a la capacidad de comprenderlo. Confunden la realidad del capitalismo avanzado —el imaginario sesgado de las corporaciones multinacionales— con la única realidad posible. La clave de todo ello es la creencia en el final de la historia, que produce la sensación de estar contemplando literalmente el fin, forzosamente apocalíptico, de los tiempos.

Un escenari on se produeix multitud de signes que Lipovetsky y Serroy se apresuren a nomenar, mitjançant la fabricació obsessiva de neologismos que se oblidan tan prompte han sigut acuñados: *pantalla-información, pantalla-una, todo-pantalla, pantalla-mundo, pantalla global, hipermundo, hipermodernidad, imagen-sensación, imagen-eficacia, neocine, film-suburbio, imagen-exceso, imagen-multiplex, imagen-distancia, cine-sensaciones, imagen-velocidad, neodocumental, neoneorrealismo, cineYo, cine-marca, cine-Life*. Ninguna de estas concepciones es explorada en profundidad. Juntas constituyen, por el contrario, la muestra exacerbada de un

pensamiento que ha adoptado la forma contundente del eslogan publicitario.

Si se considera que la sociedad hipermoderna “es aquella dominada por la categoría temporal del presente” y, por lo tanto, la historia ha dejado de ser el eje vertebrador de nuestro imaginario, se entiende que no se quiera oír hablar de una posmodernidad que indicaría la pervivencia del cambio y la posibilidad de una transformación. Pero, si la posmodernidad significa la superación de esta época excesiva que celebran Lipovetsky y Serroy, bienvenida sea.

Josep M. Català

≡ *El valor de la divulgació*

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Sol90-Media, 2009.

Presentat en un format atractiu i cuidat, el llibre aborda un tema d'actualitat com és la convergència de redaccions informatives. És un treball, si més no, oportú. Tracta amb bona voluntat d'explicar els canvis i donar receptes per a la solució a molts trencaclosques de més d'un directiu de les empreses de comunicació: “Los medios de comunicación, en definitiva, atraviesan un momento de cambios profundos. En un intento por ajustarse a la nueva sociedad, mudan sus procesos de producción, sus herramientas e infraestructuras, sus códigos comu-

nicativos y, como se ve, incluso hasta sus modelos de negocio tradicional”. No podria haver-hi un altre ànim millor per començar una obra d'aquestes característiques.

És un llibre que tracta d'oferir un panorama complet de la convergència periodística i ho fa amb capítols potser una mica heterogenis. En tenim de definitoris, que aclareixen (i ja tocava!) què s'entén per convergència periodística. En tenim de més professorals, pensats, sembla, per les classes de grau i llicenciatura. En tenim d'estudis de casos, que sembla que busquin dir alguna cosa a les empreses (“si el máximo nivel directivo mantiene la división por soportes, será más difícil controlar el proceso de convergencia”, “en manos de los directivos está que ese conocimiento no se convierta en herramienta de la esclavitud”). I, finalment, hi ha unes conclusions a mena de “recull de consells” típic dels