



II CONGRESO
INTERNACIONAL
DE TEORÍA Y
TÉCNICA DE
LOS MEDIOS
AUDIOVISUALES

TENDENCIAS DEL
periodismo
AUDIO
VISUAL EN LA **era** DEL
espectáculo

actas

Javier Marzal Felici, Andreu Casero Ripollés y Fco. Javier Gómez Tarín (editores)

La espectacularidad informativa como articulación necesaria de los discursos ecológicos y solidarios a propósito del documental *An Inconvenient Truth* (David Guggenheim, 2006)¹

Shaila García Catalán
Universitat Jaume I

En la actualidad observamos que los valores ecológicos y solidarios suponen un alto valor de noticiabilidad para el establecimiento de la agenda mediática, de manera que acaba conformándose como una cuestión de interés para la opinión pública. El paradigma de esto es la campaña global contra el cambio climático que lidera el exvicepresidente de EEUU Al Gore. Esta está recogida en el documental *Una verdad incómoda* (*An Inconvenient Truth*, Davis Guggenheim, 2006) por el que Al Gore ganó el Premio Príncipe de Asturias de Cooperación Internacional y el Premio Nobel de la Paz en 2007. Propuestas de este tipo deben su trascendencia social a un planteamiento discursivo que se articula en un eje (de)mostrativo-informativo y un eje narrativo donde las imágenes espectaculares son clave para precipitar su incursión en los medios de comunicación de masas donde se consolidan las estrategias de espectacularización.

A continuación analizaremos *Una verdad incómoda* e intentaremos dilucidar en qué medida el mundo, en tanto que vuelto espectáculo, origina una conciencia acerca de su imagen derivando en la aparición de valores como la Ecología y la Solidaridad, valores imaginarios que tienden a minimizar la adhesión a proyectos tales como la política.

¹ Grupo de investigación ITACA-UJI. El presente trabajo ha sido realizado con la ayuda del Proyecto de Investigación “Nuevas Tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales contemporáneos”, financiado por la convocatoria del Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Ciencia e Innovación, para el periodo 2008-2011, con código CSO2008-00606/SOCI, bajo la dirección del Dr. Javier Marzal Felici.

1. El mundo vuelto espectáculo

Según Martin Heidegger lo que caracteriza la esencia de la Edad Moderna respecto a épocas anteriores es el hecho de «que el mundo pueda convertirse en imagen» (Heidegger, 2005: 74), pues sólo puede ser objetivado en su totalidad desde la representación. Guy Debord anota que «el origen del espectáculo es la pérdida de unidad del mundo» (Debord, 2008: 48) debida a la proletarización. Tanto desde el punto de vista filosófico de Heidegger, como desde el punto de vista político-económico de Debord, ambos hacen referencia a la condición espectacular de una imagen que vendrá a dar consistencia a un mundo que se ha revelado inconsistente. Y si se ha revelado inconsistente ¿no es lógico que los valores de la Solidaridad y la Ecología aparezcan presentándose como sutura a esa hendidura imaginaria, esa carencia ontológica? Para José Antonio Palao, «ser “solidario” es pues, **función de sutura**, es otorgarle al Ser global en el que habitamos la compacidad, consistencia y homogeneidad que, de vez en cuando, pierde» (2004: 288).

Una verdad incómoda se sirve del mundo imaginario para introducir un tema solidario-ecológico: tras un fundido a negro, se nos presenta desde la centralidad de la pantalla de un ordenador la primera fotografía tomada del planeta Tierra. Esta se funde con su coincidente en la pantalla de presentaciones que un público observa. El mundo impone su imagen gigante como referencia totalizadora e integradora. Al Gore dice: “*Esta es la primera foto de la Tierra tomada del espacio que jamás vimos. Fue tomada en la Nochebuena de 1968 durante la misión del Apolo 8*”. Resulta irónico: tomada en Nochebuena, y sin embargo, la mirada divina queda desplazada por la mirada de un satélite a un mundo que posa exigiendo en contraplano un grupo de espectadores, metonimia del observador universal. Inmediatamente, como si, pese a todo, la mirada divina continuara vigilando, aparece la culpa: “*Pero estamos llenando esa delgada atmósfera de contaminación*”.

Al Gore continua mostrando otra imagen del mundo tomada por Galileo: “*Al abandonar la gravedad de la Tierra, volteó sus cámaras y tomó fotos de una sola rotación de la Tierra que vemos comprimida en 24 segundos. ¿No es hermosa? Esta imagen es mágica. [...] Tomó 3000 fotos de satélite distintas a través de 3 años. Las unió digitalmente y escogió imágenes que dieran una vista sin nubes de cada pulgada cuadrada de la superficie. Todas las masas terrestres están retratadas. Toda extendida, se vuelve una imagen icónica*”.

Se hace obvia la fascinación por el mundo icónico y el carácter aurático que esta cobra en tanto éste se deja captar, se muestra a disposición del sujeto a través de la representación. La imagen aloja una ilusión de consistencia tal, que suturar la imagen implica suturar las lagunas ópticas del mundo. En este punto, se hace clave el valor de la solidaridad. Pues como el propio Al Gore expresará: “*Esa foto explotó en la conciencia de la humanidad. Provocó cambios dramáticos. A los 18 meses se inició el movimiento ecologista*”. Vemos, pues, que en cuanto se toma conciencia de un mundo que se ha vuelto imagen aparece un afecto nuevo sobre ese mundo, fruto de una nueva conciencia universal que se distingue de la fraternidad ilustrada y el amor al prójimo cristiano. Lo particulariza a la solidaridad y la ecología respecto a esos otros valores es su dimensión mediática. Los *mass media* no sólo son los que la vehiculizan sino los que marcan las

condiciones de su posibilidad y desarrollo. Estos valores, como Debord dice del espectáculo, «concentran toda mirada y toda conciencia» (2008: 38) en tanto que son «instrumento de unificación» (2008:38). Sin embargo, sólo reúnen en cuanto separado, su discurso convoca con un imperativo a un sujeto individualizado, no como ciudadano partícipe de un proyecto social que hace propia una causa. Sin embargo, la política exige hacer una causa suya, implica una participación en un proyecto que no tiene sentido si no es en el interior de una lógica narrativa colectiva. Al final del documental *Al Gore* señala una fotografía de la Tierra tomada a 4 mil millones de kilómetros de distancia apela a su auditorio: “¿Ven ese punto azul pálido? Eso somos nosotros. Todo lo que ha pasado en toda la Historia humana ha sucedido en ese píxel. Todos los triunfos y todas las tragedias, todas las guerras, todas las hambrunas, todos los avances importantes. Es nuestro único hogar. Y eso es lo que está en juego”.

El deíctico “*eso somos nosotros*” da cuenta del mundo vuelto imagen, de la historia vuelta píxel, unidad mínima, punto límite de lo espectacular en el que haciendo metonimia se repliega la Historia haciendo innecesario el despliegue diacrónico de la narración. El hombre en su historicidad queda colocado en la centralidad de la escena, en la centralidad de la representación. Identificar la Historia de la Humanidad con lo icónico implica enmudecer su concurso narrativo, asumir un devenir histórico a un saber icónico. Esto da cuenta de la solidaridad como «un valor antinarrativo» (Palao, 2004: 288).

Consecuente con esta voluntad antinarrativa *Una verdad incómoda* se desarrolla en torno a un profuso despliegue de datos científicos que Al Gore explicará mediante sencillas explicaciones, gráficas, infografía y pequeños relatos para ejemplificar la problemática ecológica mediante la evidencia, pues se busca un consenso social de la opinión pública en torno a la concienciación ecológica y éste, en el «paradigma informativo²» sólo puede extraerse de un saber científico, en tanto la ciencia marca el horizonte de todos los saberes desde la Modernidad.

2. El espectáculo vuelto moral

Hasta ahora hemos visto como *Una verdad incómoda* pretende configurar una moral universalista fundamentada en la imagen espectacular y en argumentaciones científicas. Sin embargo, éstas necesitan articularse con una narración, pues en el eje de la mostración no se sostiene el relato. Lyotard ya apuntó que «el saber científico no puede saber y hacer saber lo que es el verdadero saber sin recurrir al otro saber, el relato, que para él es el no-saber» (Palao, 2004:59). De esta manera, la ciencia, «no es una ciencia auténtica», pues «no ha encontrado su legitimidad» (Palao, 2004:74).

Para poder legitimarse, el relato se articula en torno a la figura de Al Gore, desplazando el acento de su figura política a su figura solidaria a través de la comunicación de tal manera que se le retratará como héroe capaz de hacerse cargo de la salvación del

² «El *Paradigma Informativo* es el estatuto ontológico de una modalidad de distribución de los saberes en su correspondencia con los objetos que determina la expectativa de lo posible en nuestra cultura, bajo la égida de la omnipotencia científica» (Palao, 2004:16).

mundo. Todo ello será posible a través de una dialéctica entre la imagen cinematográfica y la información televisiva. Veamos:

La primera vez que vemos a Al Gore, aparece en diferentes escenas de espaldas en diferentes conferencias y reunido con el público. Sus primeras imágenes, por tanto, crean expectativas y presentan a un hombre aplaudido, fotografiado y respetado. A continuación, una voz lo presenta mientras camina a contraluz por el pasillo que lo dirige al escenario. Observamos su sombra proyectada en el suelo hasta que lo vemos. A esa presentación triunfal le sigue la que él hace de sí mismo: *"Soy Al Gore. Solía ser el próximo presidente de EEUU"*, haciendo referencia a las presentaciones de su campaña electoral. Y es que nos encontramos con unos mecanismos de la enunciación que deconstruyen la retórica de las estrategias de la comunicación política, y, por tanto, la comunicación política esencialmente centrada en su difusión televisiva. Siguen escenas de la campaña electoral de evidente textura televisiva. Ahora bien, tras éstas se erigirá la mirada cinematográfica identificada con la figura de Al Gore. Éste, tras la presentación de su imagen pública y mediática se muestra reflexivo: *"Llevo tiempo intentando hablar de esto. Siento que he fracasado en comunicar el mensaje"*. El detalle no es tonto, pues justifica su fracaso político en un fracaso de comunicación, por tanto, de estrategia enunciativa en relación a su discurso mediático y no de proyecto o de promesa narrativa en sí. Mientras, su mirada se dirige hacia otro lado. El contraplano presenta campos vacíos de glaciares en proceso de deshielo, paisajes desérticos y fábricas. Continúa su discurso: *"Dediqué mucho tiempo a la política. Estoy orgulloso de lo que hice"*. En el contraplano de esta imagen vemos una inundación producida por el huracán Katrina, mostrado desde la pantalla del ordenador. La voz en *off* de un informativo, da cuenta de la alarma y el caos colectivo mientras un plano detalla la mirada de Al Gore, y otro su mano sobre el teclado del ordenador. La pantalla informática en poder de Al Gore, actúa como crisol del saber sobre el mundo y el exvicepresidente de EEUU se erige como profesional a disposición del saber a la vez que como figura demiúrgica. El siguiente plano es un detalle del escenario de una aplicación informática donde visualiza las imágenes de la catástrofe. Tras un primer plano de Al Gore sobre la pantalla que maneja su voz en *off* pregunta: *"¿qué necesita ahora mismo? ¡Políticos, en ambos partidos se distancian de esto porque si lo aceptaran y lo reconocieran la obligación moral de hacer cambios sería ineludible"*. El rostro de Al Gore queda fundido al reflejo del exterior mientras aparece el título *"An Inconvenient Truth"*.

Queda así Al Gore, alojando la mirada cinematográfica, con-fundido con el mundo en su faz más imaginaria, la transparencia, y tomando distancia de su pasado político y público que permanece recogido por televisión en su versión oficial, mientras la imagen anticipa que el filme podrá abrir un espacio para su verdad particular. Las imágenes televisivas introducen aquí el lugar de lo público, de lo político y de la catástrofe mientras se sirven de su espectacularidad para precipitar una urgencia global de concienciación. Hemos visto pues, que uno de los giros fundamentales en la trayectoria del héroe será su fracaso político en tanto supone un triunfo en su posición moral. Veamos la justificación discursiva de ese giro:

Desde una vista aérea Al Gore dice: *"Los errores cometidos en generaciones y siglos anteriores tenían consecuencias que podíamos superar. Ya no podemos darnos ese lujo."*

Nosotros no lo pedimos pero aquí está". La escena es inundada por una voz en *off* que introduce imágenes televisivas del seguimiento informativo del proceso electoral del año 2000 en el que Al Gore competía con George Bush para la presidencia de EEUU: *Al Gore ganó el voto popular nacional pero quien gane el estado de Florida, ganará la Casa Blanca. Florida está en la columna de Al Gore. Boletín: Florida regresó a la columna de indecisos. George Bush es el presidente electo de EEUU. Florida se va con Bush, la presidencia es de Bush. A las 2:18 a.m., predecimos. Oficialmente no podemos predecir el resultado en Florida.* Continúan las imágenes televisivas del recuento de votos, de la tranquilidad aparente de Bush que aparece haciendo *footing* y saludando a los medios, y la victoria de Bush. Montaje acelerado. Silencio. El cine introduce la posibilidad de silenciar el discurso televisivo, de quebrar su continuidad para crear otro efecto de sentido.

Este silencio es roto por Al Gore: *"Estoy muy en desacuerdo con la decisión pero la acepto. Acepto la finalidad de su resultado"*. Imágenes de Al Gore de espaldas a cámara abrazado por su familia tras su derrota electoral. Juramento de Bush, mientras Al Gore mira y aplaude resignado manteniendo el semblante. La cámara está ligeramente ralentizada: *Yo George Bush, juro solemnemente. Yo, George Walker Bush, juro solemnemente que ejecutaré los deberes de Presidente.* Llegada de Bush a la Casa Blanca. El contraplano de esta imagen es una fotografía de Al Gore mirando la vistas desde un avión. Evidentemente se crea cierto equívoco por montaje. La yuxtaposición de imágenes parece hacer corresponder la mirada de Al Gore sobre el triunfo de George Bush, sin embargo, el cambio de texturas de la imagen y la lógica espacial hace de esa mirada una mirada metafórica. *"Ese fue un golpe duro, pero ¿qué haces?"* Un fundido de esa imagen sobre un detalle fotográfico puntúa el giro simbólico que produce la derrota y el inicio de un nuevo trayecto. Veremos, por tanto, cómo el héroe acepta los avatares del destino y éstos lo fortalecen: *"Ves el lado positivo. Eso logró que viera claramente la misión que había estado persiguiendo todos estos años. Empecé a dar la conferencia de nuevo."* Imágenes de Al Gore entrando en la escena en una de sus conferencias. Éstas ya no se tratan de imágenes fotográficas en blanco y negro sino imágenes cinematográficas que heredan la poética de la luz fotográfica al dejar ver la estela pero superando el movimiento.

Vemos como el propio discurso de la solidaridad se presenta como alternativa a la impotencia o a la indiferencia de los proyectos políticos respecto a las causas. El privilegio de la solidaridad es su valor consensual, universal y simétrico. Sin embargo, la política implica un proyecto simbólico y narrativo, que hace necesaria una asimetría y el concurso del poder. Es por ello, que la figura del político siempre será sospechosa. En la actualidad podemos observar que si bien los asuntos políticos se mantienen en el primer plano informativo, en éstos cobra cada vez más importancia la anécdota o la vida privada del político; y los temas políticos no alcanzan el consenso social ni la credibilidad que en cuestiones de ecología o solidaridad se presupone. Pues en las informaciones acerca de temas solidarios y ecológicos el planteamiento discursivo apunta hacia una moral ineludible.

De hecho, una de las frases acuñada por Al Gore que ha tenido más trascendencia para publicitar el documental ha sido la que sigue: *"esta no es cuestión política sino de moral"*. Y es que no podemos olvidar que en la medida que el paradigma informativo se

presenta como único campo de enunciación en tanto se dibuja como el marco de lo posible en nuestra cultura, la comunicación se convierte en el instrumento de elaboración de los enunciados de la moral y la ciencia, pues ambas se caracterizan por carecer de sujeto de la enunciación y ponerse en juego en sus enunciados. Y en estos, la legitimación pasa por la moralización del discurso:

«Lo importante no es, o no lo es solamente, legitimar enunciados denotativos, referidos a la verdad, como: *La Tierra gira alrededor del sol*, sino enunciados prescriptivos, referidos a lo justo, como: *Hay que destruir Cartago*, o: *El salario mínimo debe fijarse en x francos*. Desde esta perspectiva, el saber positivo no tiene más papel que el de informar al sujeto práctico de la realidad en la cual se debe inscribir la ejecución de la prescripción» (Lyotard, 2004: 69).

Mientras por un lado, en el paradigma informativo la información se concibe en una dimensión binaria, aparece un componente espectacular escapando a su ciframiento y, mientras la información se propone como un saber disponible para todos, el saber científico hegemónico plantea su legitimación en cuanto a su saber universal, desde un relato particular. Ahora bien, su fin no es alcanzar una revelación, sino garantizar su consistencia al convertir en un imperativo moral una determinada visión sobre el mundo.

Así pues, al final, detrás de una larga concatenación de argumentos científicos de concienciación, se ofrece una serie de imperativos³ dirigidos al espectador, en calidad de consumidor, no de ciudadano, resguardado en su posición de espectador que puede purgar su culpa con su actuación particular solidaria y sin necesidad de hacer lazo social.

Como hemos visto, el discurso científico ha necesitado de lo narrativo para legitimarse. En esta legitimación se ha desplazado lo político a lo moral. De manera que lo científico ha devenido moral y se ha traducido en un imperativo al consumidor, mientras se ha pasado de creer en una política capaz de asumir el proyecto de transformar el mundo a creer en un consenso solidario, en una adhesión insoslayable de salvar al mundo de la catástrofe que amenaza su consistencia.

La legitimidad ante la opinión pública sobre el discurso solidario y ecológico se ha conseguido a través de un discurso que coloca la información en lugar de un ideal humanista. Por ello, ésta se encuentra en la estela del proyecto de Habermas para quien la comunicación ya no sólo es instrumento sino garante último del consenso en los procesos democráticos. El proyecto de Habermas implica, pues, que hay un sentido en el saber, que se quiere saber, que todo se puede saber, y que tras esa intención de saber hay buena voluntad. Sin embargo, la condición espectacular agujerea ese ideal en tanto que da cuenta de una heterogeneidad en el mundo, pues, presa de su fascinación, no es adscribible a ningún saber.

³ “*Compra aparatos eficientes. y focos. Cambia tu termostato y gasta menos energía para calentar y enfriar. Protege tu casa, aumenta el aislamiento, evalúa tu consumo. Recicla. Si puedes, compra un coche híbrido. Cuando puedas, camina o viaja en bicicleta. Cuando puedas, usa el metro y el transporte público. Dile a tus padres que no arruinen el mundo en que vas a vivir. Si eres padre, únete a tus hijos para salvar su mundo futuro*”.

Nos encontramos, así, con un mundo vuelto imagen en la medida que se pretende objetivo, con un espectáculo que convoca una unidad imaginaria pero que no puede superar lo separado, un discurso científico que no tiene un propio decir y que necesita de un relato, y de un relato que aloja un espectáculo que le permite articular más allá de lo que sabe.

Bibliografía citada:

- DEBORD, Guy (2008): *La Sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos.
- HEIDEGGER, Martin (2005): “La época de la imagen del mundo”, en HEIDEGGER, Martin: *Caminos del bosque*. Madrid: Alianza Editorial.
- PALAO, José Antonio (2004): *La profecía de la imagen-mundo: para una genealogía del paradigma informativo*. Valencia: Ediciones de la Filmoteca.
- LYOTARD, Jean-François (2004): *La condición postmoderna*. Madrid: Cátedra.