

Crítica de llibres

Guión audiovisual

ARANDA, D.; DE FELIPE, F.

1a ed. Barcelona:Editorial UOC, 2006. ISBN 84-9788-506-6
per Ferran Lalueza Bosch, professor dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC)

En el número de 22 d'aquesta mateixa revista, fent la ressenya d'un llibre de la professora Martine Joly (*La interpretació de la imatge. Entre memòria, estereotip i seducció*), Fernando de Felipe constata que "són multitud els títols que parlen de com fer guions per a cinema i televisió". Doncs bé, un dels darrers títols editats dins d'aquesta multitud és precisament obra del propi De Felipe, en aquest cas en col·laboració amb Daniel Aranda: el llibre *Guión audiovisual*.

Dins d'un context, en efecte, de certa saturació, no és fàcil fer aportacions originals que resultin veritablement valuoses. Tot i això, De Felipe i Aranda aconsegueixen dotar aquesta obra d'un seguit de característiques prou diferenciadores i efectives com per fer-la destacar dins del cúmulo de manuals per a guionistes i aspirants a ser-ho que tenim al nostre abast, fita que resulta força meritòria.

La primera d'aquestes característiques és una reconeguda voluntat dessacralitzadora. Enfront de la tendència de molts teòrics a *inflacionar* la transcendència del seu objecte d'estudi, Aranda i De Felipe atribueixen al guió un rol merament instrumental. El guió és una peça més (una peça clau, si és vol) en el procés que comporta la creació d'un producte audiovisual. No té vida pròpia, és una obra efímera que perd el seu sentit tan bon punt es clou el rodatge. Seguint la suggeridora metàfora de Carrière, un guió és com la pell seca que l'eruga deixa enrera quan es transforma en papallona.

Aquesta concepció tan poc idealitzadora de l'ofici (l'experiència de De Felipe en el ram hi pot tenir a veure) comporta que el guionista sigui percebut com un professional desproveït d'ínfulas d'autoria. Sempre que els "capriciosos imperatius de producció" ho requereixin, haurà de donar mostres de la seva flexibilitat i de la seva capacitat d'adaptació. Ser capaç d'encaixar canvis radicals, d'improvisar in situ (ja sigui al plató o a la sala d'edició) i de defugir qualsevol temptació de vanitat creativa esdevenen competències professionals imprescindibles. I fins i tot el mite de l'originalitat s'esmicola a consciència, amb l'ajut –així sí– de teòrics com Rohmer que, no per casualitat, és alhora un reconegut director i guionista cinematogràfic.

La segona característica que fa interessant el llibre és la seva polivalència. Les aportacions que fa són tan vàlides per a les obres de ficció del cinema i la televisió com per a la publicitat audiovisual, els videoclips o fins i tot els videojocs i altres suports interactius. Val a dir que la major part dels exemples proposats i de les nombroses citacions que esquitxen les seves pàgines provenen certament del món del cinema. Tot i això, els autors evidencien un esforç permanent d'abstracció encaminat a garantir que les seves consideracions i recomanacions tinguin plena aplicabilitat en qualsevol camp de la producció audiovisual, cosa que és certament lloable.

Una tercera característica destacada de l'obra és la vocació didàctica que traspua cadascuna de les seves 222 pàgines. Aquest tret no resulta sorprenent si considerem que tant De Felipe com Aranda compten amb una notable trajectòria docent i que el punt de partida d'aquest llibre rau en els materials didàctics que ambdós autors van elaborar com a eix vertebrador d'una assignatura de la Llicenciatura de Comunicació Audiovisual a la UOC dedicada, és clar, al guió audiovisual.

Qui s'acosti a l'obra amb esperit de diletant agrairà sens

dubte que no es doni cap concepte per sabut. Des dels més elementals fins als més sofisticats, tots els conceptes de l'especialitat que s'introdueixen en el llibre són definits amb un llenguatge precís, rigorós i entenedor. En un terreny on el confusióisme terminològic sovint causa estralls (traduccions de termes poc afortunades, manca d'univocitat, etc.), aquesta disciplinada tasca encaminada justament a endreçar, conceptualment i lèxica, el panorama existent constitueix un dels principals valors de l'obra.

En aquest sentit, dedicar el primer capítol als principis bàsics de la narració audiovisual ja constitueix tota una declaració d'intencions. Però aquest enfocament eminentment pedagògic es fa palès al llarg de tot el llibre i resulta especialment meritori en els moments en què el discurs dels autors pren més volada i aborda qüestions com ara la diferenciació cabdal entre versemblança i realisme o les tipologies del narrador filmic.

L'exhaustivitat és la quarta característica que fa que l'obra se situï molt per sobre de la mitjana dels llibres dedicats a la matèria. De Felipe i Aranda aborden de forma sistemàtica i amb l'amor al detall propi d'un entomòleg la pràctica totalitat dels aspectes vinculats a l'elaboració d'un guió audiovisual. Trames, personatges i dramatització constitueixen els tres eixos sobre els quals s'estructuren els capítols centrals del llibre, que aporten un més que notable nivell d'aprofundiment en els subtemes que es deriven de cadascun.

El darrer capítol, de la seva banda, es consagra a aspectes essencialment formals relatius a la presentació dels guions. Pot semblar un tema menor, una mena d'anticlímax, per emprar un vocable gens aliè a l'àmbit de què ens estem ocupant, però, tal com els propis autors reconeixen, "l'aparença formal del nostre guió és tan important com la seva estructuració interna o el seu contingut", ja que un format que no sigui del tot impecable pot ser tot el que un productor atrafegat necessita per rebutjar el guió en qüestió. A Aranda i De Felipe, doncs, no se'ls cau cap anell per explicar com s'han de numerar les pàgines o quin interlineat és convenient emprar, i ho fan amb el mateix rigor i pragmatisme amb què aborden, per posar alguns exemples ben distants, l'anagnòrisi d'Aristòtil o els *patterns* de Biegalski.

I finalment, encara trobem una cinquena característica igualment digna de menció. A diferència del que és habitual en els manuals més convencionals, el llibre que ressenyem

defuig les fórmules màgiques i les receptes universals. Els autors reconeixen l'extraordinària dificultat tècnica i creativa que comporta l'escriptura d'un guió audiovisual i aporten eines, reflexions, concepcions i recursos que poden alleugerir aquesta dificultat i maximitzar l'encert del resultat. No pretenen pontificar sobre la matèria. L'objectiu és posar a l'abast del lector l'experiència i els coneixements –curosament garbellats i estructurats– que aporten nombrosos professionals i teòrics d'aquest àmbit. Aquest bagatge resultarà extremadament útil a qui exerceixi com a guionista, però en cap cas l'encotillarà. Qui hagi d'analitzar i avaluar guions o qui vulgui teoritzar sobre l'activitat d'escriure'ls, per cert, tampoc no podrà anar gaire lluny sense incorporar els continguts del llibre al seu equipatge de mà.

Curiosament, el fet que els autors incorporin al text tantes i tantes citacions d'estudiosos i guionistes de referència pot dur-nos a creure que els manca un discurs veritablement personal. No és veritat. Si considerem tant els continguts que Aranda i De Felipe expressen amb la seva pròpia veu com els que posen en boca d'altres autoritats en la matèria, el conjunt mostra una coherència tan aclaparadora que en cap cas pot ser considerada fruit d'una mera juxtaposició recopilatòria de concepcions i idees.

És del tot rodona, doncs, l'obra que hem ressenyat aquí? Doncs, gairebé, però encara podria millorar-se en tres aspectes. Primer, el valuós llistat de referències bibliogràfiques que aporta pràcticament no inclou cap llibre que no s'hagi escrit en castellà o que no s'hagi traduït almenys a aquesta llengua, criteri qüestionable que deixa al marge algunes obres d'interès indiscutible, però disponibles només en altres idiomes. Segon, atesa la vocació eminentment didàctica que té l'obra, els exemples proposats potser resulten insuficients tant en nombre com en diversitat. I tercer, l'edició del llibre (molt particularment pel que fa a les notes a peu de plana) es menys acurada del que caldria esperar.

En qualsevol cas, gràcies a De Felipe i Aranda, tots els que tinguin intenció de contribuir en el futur a incrementar la ja nombrosa literatura consagrada a l'escriptura de guions, trobaran des d'ara que el llistó és una mica més alt.

Radiografiant la concentració sobre el terreny

MASTRINI, G.; BECERRA, M.

Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2006. ISBN 987-574-092-6.

per Andreu Casero, professor de comunicació audiovisual de la Universitat Jaume I de Castelló.

La concentració és un dels fenòmens més rellevants i transcendents de les últimes dècades, ja que ha contribuït decisivament a donar forma a l'actual estructura del sistema comunicatiu. Una dinàmica estretament vinculada als processos d'industrialització i mercantilització que, d'una bona temporada ençà, afecten, cada cop amb més intensitat, bona part dels àmbits de la comunicació i la cultura, des dels grans mitjans fins als sectors del llibre, el disc o el cinema, per citar alguns exemples. A més, és un objecte d'estudi que ha aixecat debats teòrics amplis i apassionats. Però, paradoxalment, les recerques empíriques sobre la qüestió han estat més aviat escasses. Precisament, la investigació, recollida en aquest llibre, que han dirigit els professors Mastrini i Becerra cobreix una part d'aquest buit i aporta dades i indicadors sobre l'arquitectura organitzativa de les indústries culturals que operen en l'escenari llatinoamericà.

El treball s'ocupa d'analitzar els sectors comunicatius en un sentit ampli d'un total de nou països (Argentina, Bolívia, Brasil, Colòmbia, Mèxic, Perú, Uruguai, Veneçuela i Xile). En conseqüència, inclou l'estudi tant dels mitjans convencionals (premsa, ràdio i televisió) com d'altres indústries culturals (llibre, cinema i disc) sense oblidar el camp de les telecomunicacions (telefonía i internet). L'exploració s'articula a partir de tres etapes consecutives. D'inici, es duu a terme un estudi de l'estructura de cadascun dels mercats dels països analitzats. Tot seguit, es mesuren els nivells de concentració existents, fent servir la metodologia del *Four Firm Concentration Ratio* (CR4), un índex que té en compte la quota de mercat que acaparen els quatre primers operadors en els diferents sectors de la indústria cultural. Finalment, s'analitzen els principals grups comunicatius de la regió. Amb tot, la recerca apunta algunes conclusions interessants.

En primer lloc, es posa de manifest l'existència de

desequilibris regionals forts en l'àmbit llatinoamericà pel que fa a les indústries culturals. Fruit d'això, s'observa un contrast accentuat entre els extrems, representats pel Brasil i Bolívia. Així, mentre el volum del negoci comunicatiu de l'últim no arriba als 1.000 milions de dòlars de facturació total, el del primer supera els 10.000 milions. El mercat brasiler demostra una potència notable i un predomini clar a la zona, ja que, si ens fixem en els sectors editorials (llibre, disc i cinema) i en els de flux (ràdio i televisió), equival al 68% del conjunt de la resta dels països sumats. Una xifra que augmenta al 85% si considerem el camp de les telecomunicacions. Amb aquestes dades, els autors proposen una classificació per ubicar els diferents estats analitzats en funció del seu grau d'evolució, i distingeixen entre indústries consolidades (Brasil, Mèxic i Argentina), de desenvolupament potencial (Colòmbia, Veneçuela, Xile i Uruguai) i de desenvolupament escàs (Perú i Bolívia).

En segon terme, l'estudi revela la incidència elevada que té l'estructura social en l'activitat i l'extensió dels sectors comunicatius. Les fortes desigualtats que es registren en gran part dels països llatinoamericans provoquen l'exclusió del consum de béns i serveis culturals d'àmplies franges de població. Lluny de reduir-ne les dimensions, aquesta fractura no deixa d'engrandir-se i evidencia que el mercat, per si mateix, no aconsegueix amb eficàcia les funcions d'assignació i distribució de recursos comunicatius. A més dels costos socials evidents, el fenomen comporta que només una part minoritària dels ciutadans pugui accedir a un consum cultural diversificat, mentre que la gran majoria ha de limitar-se a l'oferta de mitjans massius, vinculats a la gratuïtat. Això explica que la televisió de pagament sigui la indústria cultural amb menys penetració a la zona, tret d'excepcions com ara l'Argentina o l'Uruguai. Tot el contrari que la televisió en obert i la ràdio, que apareixen com els principals sectors comunicatius, fet que suscita que davant l'accés quotidià a aquests mitjans, un ciutadà llatinoamericà únicament compra el diari 10 dels 365 dies de l'any, assisteix menys d'un cop a l'any a una sala de cinema i adquireix, legalment, en el mateix període, mig disc compacte de música.

En tercer lloc, la recerca demostra, amb dades empíriques, que en el context llatinoamericà es donen nivells "molt alts" de concentració en el camp de les indústries culturals. De mitjana, el primer operador controla el 30% del

mercat en els diferents sectors comunicatius, mentre que els quatre primers superen el 80%. Els valors més elevats de concentració es troben a la telefonia bàsica (93%), la telefonia mòbil (88%), la televisió en obert (85%), la televisió per cable (84%) i la premsa (62%). A l'altre extrem, la ràdio es configura com l'àmbit més plural amb només el 31% de concentració. Per països, mentre el Brasil, Mèxic i Colòmbia obtenen les taxes més moderades (al voltant del 60% de mitjana), l'Uruguai, Veneçuela i Bolívia presenten els indicadors més elevats (entre el 80% i el 90%), posant de manifest l'estructura oligopòlica dels seus mercats comunicatius. Un escenari que es complementa amb la presència de grups de comunicació multimèdia importants, com ara Televisa, Cisneros, Globo o Clarín, que exerceixen un domini considerable en l'àmbit regional.

Juntament amb aquestes conclusions, entre les principals aportacions del treball coordinat per Mastrini i Becerra cal ressenyar-ne la solidesa teòrica. Els autors prenen el marc de l'economia política de la comunicació per enfrontar-se a l'anàlisi de la concentració en l'àmbit llatinoamericà. Aquest enfocament, a què dediquen un capítol extens, s'interessa especialment per l'estudi de les relacions i les estructures de poder partint d'una perspectiva històrica, una visió àmplia, que té en compte el context social dels fenòmens comunicatius, i una base crítica marcada, que incideix en la denúncia de les desigualtats socials.

Tot i així, la investigació també presenta alguns punts febles. El principal té a veure amb les dades utilitzades com a base de l'estudi empíric, les quals, amb la voluntat de fixar un paràmetre comú per als diferents països que integren la mostra, es remunten a l'any 2000. Un aspecte problemàtic si tenim en compte que l'elevat dinamisme de les indústries culturals provoca un envelliment prematur de les xifres a causa de l'escenari de transformació constant en què es troben immerses. Així mateix, les dificultats per localitzar guarismes en alguns països i sectors fa que, en apartats puntuals, no es disposi d'indicadors suficients. El cas més evident d'aquest fet és l'àmbit d'internet, del qual pràcticament no s'aporten informacions rellevants. D'altra banda, la recerca prescindeix de l'estudi dels efectes i les seqüeles que el procés de concentració té sobre el pluralisme, la diversitat i la democràcia. S'opta per fer una diagnosi completa i nítida que deixa al marge, però, l'avaluació de les implicacions i les conseqüències que se'n deriven.

Unes objeccions que no treuen valor a aquest llibre que constitueix una radiografia extraordinària de les condicions estructurals dels mercats comunicatius llatinoamericans. Com escriu, en una sentència contundent, l'investigador francès Armand Mattelart en un dels pròlegs d'aquesta obra "la concentració no és una novetat". És cert, totalment cert. La novetat o, si més no, la necessitat, és estudiar-la empíricament sobre el terreny. Un aspecte que aquest treball ambiciós cobreix oportunament i a bastament.