

La pantalla, l'autèntica revolució del segle XX (II)

quaderndelesidees.press/la-pantalla-lautentica-revolucio-del-segle-xx-ii/

21 d'abril de 2024



L'abducció publicitària

«Si vols ser feliç, beu una Coca-Cola», «Destapa la felicitat», «L'espurna de la vida»... són lemes que promouen la pèrdua de resistència. Veiem una nau rodona de color vermell. No podem evitar prendre el *soma* carbonatat, fosc i dolç. Quan tornem al món, som feliços, guapes, sanes i joves¹.

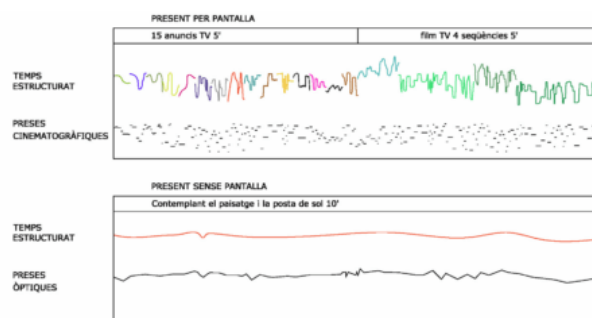
L'impacte visual dels anuncis altera el medi on s'insereixen, ja que no tenen cap relació amb l'entorn. Són rectangles aliens. Per a molts la publicitat és senzillament contaminació visual i acústica. Si ens hi resistim, violentem la nostra intimitat i tranquil·litat... Si no ens hi resistim, hem de saber que la nostra ruïna, econòmica i espiritual, s'apropa.

Pels grans poders que té, hom ja es deu haver adonat que la publicitat és una de les manifestacions més directes de la intel·ligència superior de la segona invasió alienígena.

El present esmicolat

La línia del present abans era una línia continua. Ara, a cada pantalla hi ha un present canviant. Com que les pantalles són molt més dinàmiques que la realitat natural, l'alternança de presents pren un bon ritme i acapara l'atenció. La publicitat és una pluja de realitats inconnexes, com ho són també les xarxes.

He dibuixat dos fils temporals de deu minuts, esquematitzats, un al ritme de present en la pantalla, i l'altre, en una realitat natural com un paisatge.



La fragmentació del temps i de l'individu és un fenomen global i progressiu que afecta la capacitat d'atenció del subjecte i les característiques de les obres que es produeixen. La fragmentació és el que es percep com a temps veloç². Si el temps d'atenció es redueix, s'ha d'escurçar la durada. Així, si abans la durada d'una pel·lícula era d'uns cent minuts, ara és fàcil trobar sèries amb capítols de trenta minuts o menys.

Ultra això, dins d'aquest temps reduït, es produeix una major fragmentació, ja que s'observa que el que antigament era una sola història i un temps cronològic ara són diverses històries i, a més, contenen múltiples anacronies, tant salts enrere (*flashback*) com endavant (*flashforward*) i salts entre les diverses històries.

Hi ha un reguitzell d'efectes secundaris en l'ésser, com la pèrdua de concentració, d'atenció i de retenció. La minva afecta la capacitat de reflexionar, analitzar, criticar, argumentar..., i tal vegada, fins i tot, procrear. És a dir, afecta la qualitat del pensament en general de l'ésser humà. L'augment de les emocions i les reaccions espontànies o visceralis són respostes possibles quan no hi ha temps. El cinema rep més públic quan es concentra en el mer entreteniment, és a dir, en l'espectacle, ja que per mantenir-se sempre requereix una mica més d'exageració, en un camí que en nom de l'espectacularitat ens porta cap a l'estupidesa.

L'espectacularitat

De la mateixa manera que els banyadors evolucionen per mostrar la nuesa del cos, qualsevol producte humà necessita evolucionar, presentar novetats, ser moda per sobreviure en el Mercat. Quan es tracta d'una pantalla, cridar i retenir l'atenció de l'espectador resulta crucial. El concepte de negoci passa irremeiablement per espectacularitzar, perquè es cobra pel nombre d'espectadors. Les tècniques són molt diverses, incloses algunes de patològiques com parasitar l'èxit o incrementar el que calgui: engantir, accelerar, provocar, exagerar, espantar, sagnar, sorprendre, aborronar, ennegrir, escandalitzar...

La carrera per assolir l'èxit ens adreça cap a l'irreal³.

És clar que la «realitat» s'ha convertit en avorriment, de manera que bona part de l'esforç d'espectacularització se situa en l'àmbit de la fantasia, la ciència-ficció, els ultrapoders, el terror... És fàcil constatar com en l'actualitat l'entreteniment es desenvolupa majoritàriament en camps del «no real», és a dir, allà on el coneixement resulta inservible. Un gran expert en zombis és essencialment un zombi o un idiota.

Els efectes a les arts plàstiques

D'aquesta cursa, les arts sense moviment ni narrativa, com la pintura o l'escultura, han pràcticament descavalcat. La seva supervivència depèn de com aferrar-se al moviment i de la seva capacitat de mutar i associar-se a altres disciplines. El seu futur recorda el panorama

de la premsa escrita: l'agonia pre mortem.

El temps d'observació d'una pintura, a causa de la fragmentació del temps de l'espectador, decreix. Hi ha menys temps disponible i per això la seva comprensió passa de l'intel·lecte racional que construïa —a poc a poc— un discurs propi a l'aparell que lloguem a l'entrada. Ens posem els auriculars perquè ens expliquin tot allò que hem de saber. Si la pintura és prou important, podem trobar un documental per entrar-hi més a fons. Com ens explicava John Berger als documentals de la BBC, la reproducció de l'obra encara ens allunya més de la pintura. Si necessitem una guia per mirar un quadre, és per economia mental, manca de temps, mandra o certa por de posar-s'hi davant. Podem concloure que molts espectadors són cecs quan entren a la sala.

La pintura, per molt que s'hi esforcí, és un art estàtic⁴, sense moviment. El moviment, si de cas, el posa la mirada de l'espectador (o del realitzador). Si allò que crida l'atenció a l'ésser és el moviment, difícilment la pintura es pot incorporar a les arts «espectaculares». I si no hi ha espectacle, no hi ha públic, ni diners.

La cultura que resta dins els museus encara té visitants, tal vegada perquè la globalització aporta estrangers o perquè té l'atractiu d'un antiquari. En tot cas, és el lloc del passat, del preàmbul del present. És nogensmenys el lloc per als qui defugen les masses i gaudeixen de la Llibertat i la Cultura.

Les arts plàstiques, en l'actualitat, majoritàriament es reproduïen i s'observen dins les pantalles i cada cop més, fins i tot la seva creació, resta dins d'aquestes, on el programari resulta limitador i ensems espectacular. La intel·ligència artificial també es dedica a crear art.

El misteri, l'aura, la bellesa i la veritat de l'obra d'Art s'han evaporat en els efectes de la II Guerra Mundial, que mata l'esperit per fixar el negoci. El pop-art i la reproductibilitat tècnica que assenyalava Walter Benjamin porten les arts plàstiques a totes les llars, però en aquesta transformació la màgia de l'Art s'ha convertit en mera decoració que transmet una etiqueta de cultura per vestir la casa. El que trobem a les llars són, en realitat, els petits bocins de l'Art, que s'ha esmicolat en impactar contra el món. Hem passat de l'Art a l'art instrumental, pràctic i útil, és a dir, al no Art.

Indefectiblement, la pantalla s'empassa les arts visuals. Una manera de contribuir a una humanitat decadent, on el deteriorament existencial, cognitiu i ètic de l'ésser marca, entre d'altres, la mort de l'Art⁵. La pantalla, la invasió definitiva, distreu l'atenció mentrimentres el nostre planeta està sent destruït.

1. La publicitat cerca essencialment dues menes d'associacions psicològiques enganyoses:

producte <=> felicitat, bellesa i altres coses desitjables

producte <=> necessitat

En realitat el que fa la propaganda és obrir en qualsevol mena de pantalla uns rectangles de present ficcionat que, a diferència dels productes audiovisuals, són especialment breus i ràpids. Sembla que les tanques publicitàries, aquelles pantalles inanimades, s'esfondren en el passat. ⇐

2. «El temps veloç destrueix la relació afectiva amb l'altre. No hi ha amistat veloç, amor veloç, paternitat veloç. Per estimar de debò cal trobar el temps adequat, el “temps oportú”», Joan-Carles Mèlich. ⇐

3. Fictici, imaginari, fantàstic, aparent, enganyós, fal·laç, il·lusori, inexistent, quimèric...

És un exemple clàssic d'espectacularització cinematogràfica l'increment de la quantitat o crueltat dels assassinats, les tortures i les violacions. Evolució que porta més d'un segle creixent sense que ningú s'avingui a aturar aquesta mena d'espectacles.

Un principi derivat del precepte de llibertat «No faré als altres el que no m'agradaria que em fessin a mi» podria ser «No veuré com fan als altres el que no m'agradaria que mostressin que em fan a mi».

Es tractaria d'un principi ètic sorgit del que es considera bo, adequat i correcte. Conscientment no ens agrada veure com fan mal a la gent. A més, no sabem com ens afecta personalment a les parts no conscients de la ment, i finalment la barrera entre mentida i veritat en el cinema no és clara, en primer lloc perquè els documentals contenen part de veritat, i en segon lloc perquè la resta de films són versemblants, és a dir, es conceben i es representen com a reals i ens els creiem com a tals quan els visualitzem. ⇐

4. Una de les propostes de dinamització de la pintura es va produir en el camp del cinema gràcies a Picasso en els films *El misterio Picasso* de Henri-Georges Clouzot (1956) (75') i anteriorment *Visit to Picasso* de Paul Haesaerts (1949) (21'). ⇐

5. Que assenyala el crític d'art Donald Kuspit en el seu llibre *The End of Art*. ⇐

Si t'ha agradat aquest article i vols rebre un butlletí amb els nous articles que publiquem envia'ns el teu correu electrònic i et subscriuràs a la Newsletter de Quadern.

He llegit i acceptat les condicions establertes en l'[avís legal i política de privacitat](#).



Carles Mamano Bauçà

Explorador vital, és aficionat al pensament crític, al raonament filosòfic i sent passió per l'art. Arquitecte de professió desenvolupa activitats en diversos camps de la creació com el disseny, la fotografia, el cinema, el vídeo, la pintura, l'escultura, la poesia, les instal·lacions, el mail art i darrerament el llibre d'artista, [...]

[Llegir més](#)