

# Banda aparte. Formas de ver

## (Ediciones de la Mirada)

Título:

El montaje en la era del caos: la muerte del tiempo

Autor/es:

Atienza, Pau

Citar como:

Atienza, P. (1996). El montaje en la era del caos: la muerte del tiempo. Banda aparte. (5):47-55.

Documento descargado de:

<http://hdl.handle.net/10251/42185>

Copyright:

Reserva de todos los derechos (NO CC)

La digitalización de este artículo se enmarca dentro del proyecto "Estudio y análisis para el desarrollo de una red de conocimiento sobre estudios fílmicos a través de plataformas web 2.0", financiado por el Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España (código HAR2010-18648), con el apoyo de Biblioteca y Documentación Científica y del Área de Sistemas de Información y Comunicaciones (ASIC) del Vicerrectorado de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones de la Universitat Politècnica de València.

Entidades colaboradoras:



# EL MONTAJE EN LA ERA DEL CAOS: LA MUERTE DEL TIEMPO

*Pau Aienza*



**E**l famoso científico Stephen Hawkins, en un excelente documental sobre su vida, hablaba sobre los orígenes y naturaleza del universo. Definía el proceso de formación del universo y su crecimiento como la evolución entrópica de la materia que contenía un núcleo primigenio, a partir del famoso Big-Bang. De este proceso puede ser atractivo extraer el concepto para ser aplicado como un filtro sobre la visión de nuestra mediasfera, pues nos llevaría a establecer una analogía entre una primera imagen estable y fundacional -la tradición pictórica, la fotografía, el cinematógrafo- y su evolución hacia una situación donde ésta se fragmenta, y sus pedazos se asocian libres en marcos referenciales flotantes y blandos -la multiplicación de imágenes y formas audiovisuales en nuestro entorno- tal y como sucede con la materia en estado gase-

oso que vaga por el espacio. Esto no es necesariamente una visión apocalíptica sobre la destrucción de un núcleo original, que pudiera parecer intocable, pero sí debe ser tenido en cuenta para valorar la situación actual de los elementos que articulan el lenguaje audiovisual, y la puesta al día de sus mecanismos. Y por supuesto el elemento articulador básico del discurso audiovisual es el montaje.

En los más válidos estudios recientes sobre la teoría del montaje, se ha aludido a este término en su concepción más amplia como un elemento fundamental en la

textos

estructuración y construcción del arte moderno.

La palabra montaje siempre ha sido entendida como el conjunto del proceso de fabricación de la obra en las técnicas espectaculares tales como el montaje teatral, operístico, de danza, o en el ballet. En este contexto el montaje implica una técnica "constructiva", pero no se reduce a ella, puesto que se identifica con la puesta en escena, una idea que da una visión más artística de un término aparentemente humilde. Pero no sólo estas técnicas se identifican con el término, también las técnicas espaciales como la pintura o la fotografía en sus primeras ramificaciones vanguardistas -pintura cubista, fotomontajes- lo han hecho, para hacer referencia a su calidad compositiva, conscientes de presentar una imagen fragmentada, en descomposición.

Entenderemos, por tanto, el montaje como el resultado de una intervención deconstructora y fragmentada, propia de la evolución de la visión en el universo clásico hacia la modernidad.

Aludiendo a una visión amplia del término, este lo entenderemos como el momento crucial de construcción y amalgama de los elementos que intervienen en la puesta en escena de la obra artística.

Por lo tanto sabiendo que el montaje es un concepto decisivo y central en la construcción del arte moderno, ¿cómo podría escapar la imagen-movimiento, el cinematógrafo como forma artística de expresión moderna, a la intervención del concepto-montaje en su núcleo estético y discursivo?

Así es y así nos consta; pero antes de aventurarnos por esta vía, volvamos atrás sobre las concepciones teóricas más consecuentes con esta visión global del concepto-montaje.

En estas teorías se trabaja sobre una construcción de su propuesta que asimila influencias de la filosofía, sociología, semiótica e incluso del psicoanálisis. Es una tarea ambiciosa pero, sin duda es la elaboración más rigurosa y abierta a una visión del arte como algo situado en medio de una encrucijada de proyecciones sociales, históricas, económicas o del subconsciente, y no como una creación absurdamente aislada.

Sigamos por tanto, sintéticamente, los pasos de elaboración del discurso que propone esta teoría como una nueva forma de mirar la evolución de nuestro entorno audiovisual.

Y consecuentemente, estableceremos primero una definición general del término montaje. En ella damos cuenta de la existencia de fragmentos, de piezas, elementos heterogéneos, que son unidos por una amalgama, en un proceso de construcción, tras el cual existe una voluntad ordenadora.

Nos encontramos en el centro de una cultura artística del despedezamiento, de la visión fragmentada, y donde la fuerza creadora se expresa en el gesto de construcción, unión de estas piezas, en textos fragmentados, que nos muestran sus cicatrices.

Pero esta capacidad de organizar un discurso a partir de la sutura, o sea el efecto-montaje, se manifiesta, a su vez, como la incapacidad textual de crear una estructura-texto coherente.

Por tanto es en el gesto, y no en el texto, donde se manifiesta el impulso-creador. El montaje ocupa el vacío dejado por el sujeto, como responsable del discurso.

Donde ha fallado el sujeto, queda el testimonio fragmentado.

Pero, ¿por qué falla el sujeto? Esta es una cuestión clave, que se incluye en la superación del universo clásico, donde la Razón era el centro del pensamiento. Es algo demasiado complejo de sintetizar, pero es una evolución fundamental y trascendente que se produce a caballo entre el final del S.XIX, y principios del XX. La crisis de la Razón se genera, con el ocaso del sujeto, inmerso en una estructura social -industrial- cada vez más compleja y angustiosa, y con el descubrimiento de que la personalidad del hombre no se resuelve únicamente en la conciencia, sino que en su interior se libran crudas luchas entre pasiones y pulsiones.

El mundo se vuelve demasiado complejo para poder ser dominado, con la visión, o con la palabra, en su sentido central y referencial. El hombre ya no es el centro del universo, y para colmo parece que habita en él un mundo subterráneo de pulsiones desconocidas en su interior.

Falto de un sujeto, una razón que le otorgue coherencia, el significante se despedaza, anuncia la pérdida del atributo del sujeto único, y al tiempo se proclama la amalgama como única forma de expresión.

El concepto-montaje construye un super-sujeto que ocupa el lugar del sujeto, pero su textura, fragmentaria, es testimonio de la ausencia de una subjetividad plena, racional y clásica en definitiva.

Es en las vanguardias de principios de siglo donde encontramos la máxima expresión de este sujeto desgarrado que recurre al artificio del montaje como sustituto enunciador garante de la unidad textual.

En realidad, las vanguardias lo que hicieron fue llevar al límite la capacidad del montaje como elemento articulador de un discurso que se manifestó violento y extremo, en relación directa al desgarramiento propio del sujeto y su propia ansiedad. Así fue en las vanguardias soviéticas, o en las maquinísticas y abstractas europeas. Pero la radicalidad de sus propuestas nunca pudo escapar a recurrir al montaje en su expresión extrema como sujeto enunciador del discurso.

De esta forma se manifiesta a través de la clave del montaje como elemento ordenador necesitado de una coherencia, que siempre que exista la construcción de un discurso, existe tras él un sujeto enunciador.

Por lo tanto podemos afirmar que mientras el ser humano siga teniendo un modelo mental estructurado, seguirá existiendo el concepto de montaje, como elemento articulador de su propio discurso, en cualquier medio. Obviamente hablamos de un concepto de montaje muy amplio, adaptado al discurso propio de los nuevos medios audiovisuales.

Esto es así por que la comunicación necesita de una estructuración y una coherencia propia, interna, que se aprende durante la formación del individuo, a través de la interacción



textos

con el entorno inmediato, que actualmente, a su vez, esta sumido en la compleja mediasfera contemporánea.

¿Pero qué ocurre con esto que llamamos mediasfera? ¿Por qué esta fragmentación exponencial, y aceleración hacia el vértigo de nuestro actual entorno audiovisual? Son preguntas que sin duda, tienen repercusión sobre la redefinición de los elementos articuladores del discurso audiovisual, y de entre ellos el más afectado es el montaje, como recurso explotado hasta los límites de la percepción.

Es evidente esta fragmentación progresiva de nuestra iconosfera, en todos los medios, ya sea en cine o TV, o incluso en las nuevas "redes de información". Se ape- lará a la causa del aumento de la velocidad de percepción y asimilación de informa- ción por parte del espectador/receptor. Y así es, pero este a su vez debe haber sido educado para poder asimilar y asumir con más rapidez los mensajes de su iconosfe- ra, que a su vez son más rápidos, y se suceden de forma más fragmentada.

Y entonces nos damos cuenta de que el proceso es un "pez que se muerde la cola", y que si la causa principal no se encuentra, básicamente, ni en los emisores, ni en los receptores -aunque como veremos, ninguna pieza sobra en el puzzle- sin duda, debe encontrarse en los medios.

Vivimos una revolución tecnológica que afecta a todos los medios de nuestro entorno audiovisual. El soporte videográfico, la tecnología digital, la imagen de sín- tesis, todos ellos, con su capacidad de manipulación, y creación de imágenes han con- tribuido a disparar exponencialmente la densidad y fragmentación de nuestra iconos- fera. Podemos hablar, entonces, de una auténtica explosión icónica, entendiendo esta como una progresiva fragmentación y disgregación de las imágenes, de las narracio- nes, y de los elementos fictivos.

Esta división de la imagen primaria la desposee de su valor absoluto, y aparecen escalas o valores-imagen indefinidos. Las imágenes aparecen y se multiplican, se asocian libres y flotantes en marcos icónicos blandos y flexibles. La imagen valor- absoluto se termina con la pérdida de los contextos y los marcos referenciales gene- rales, y como consecuencia, en principio, la imagen ya no es un valor seguro en sí misma. Todo ello lleva a un baile de marcos referenciales, que se difuminan, dejan- do aflorar un magma heterogéneo.

Llegados a este punto, con distancia, nos daremos cuenta que la realidad, ha sido disuelta, fragmentada, por, estableciendo una sencilla analogía, la fuerza disolvente del vídeo. Tal y como decía tan poéticamente J.L. Godard: "En el principio el cine fue la tierra, y después, la TV su arado".

De entre estos nuevos elementos, la imagen sintética, es la más paradójica de todas las revoluciones tecnológicas e icónicas. Ésta, es autorreferencial, se significa a sí misma, puesto que no necesita una realidad, de la cual ser su espejo. No correspon- de, no significa a ningún objeto externo. Tan sólo la imagen que el creador se hace en su mente, la cual será siempre imprecisa, y no se concretará hasta su realización final, después de un largo proceso. Estamos por tanto ante una imagen maleable, poco defi- nida, y que es la proyección directa del pensamiento en curso del creador. La distan-



cia objeto-sujeto (punto de vista) se reduce a nada, y conviven en el mismo espacio, un espacio virtual-relativo: a la imagen sin objeto corresponde una mirada sin sujeto, con lo que entramos de pleno en la crisis del modelo tradicional de representación, cuando ahora los aspectos del objeto se vuelven aspectos del signo.

La máxima representación de este fenómeno, la encontramos en la realidad virtual que sumerge la percepción humana en la simulación, destruyendo totalmente la distancia antes citada, y cuya máxima aspiración es la representación lo más fiel posible de una realidad reconstruida, una aspiración, que mirándolo bien, se sitúa en el polo opuesto de las olvidadas vanguardias, casi como si se tratara de recordar, con espíritu de atracción de feria, o curiosidad científica, la impresión de los primeros asistentes a las proyecciones

del cinematógrafo. Toda una compleja tecnología destinada a sumir nuestro sujeto en un proceso de hipnosis, al cual abandonarnos, y disolviendo nuestro sentido crítico y de análisis, en pos de una experiencia sensorial.

Pero sin llegar a estos extremos existen otros modelos de representación, en los cuales intuimos que se crea un proceso similar, proviniendo en cambio de tecnologías y fórmulas narrativas aún dominantes en nuestro entorno audiovisual.

Cada minuto, cada instante, nos rodean estos modelos fragmentados, de discurso hiperveloz, al límite de la percepción, y más allá de la reflexión, dejando atrás, lejos, muy lejos, la estructura analítica clásica del montaje. Aunque también, sin necesidad de recurrir a la velocidad, pero sí abusando de la ausencia de marcos de referencia, y jugando con la despreocupación de la procedencia de sus fuentes, existen otros modelos, en todo caso, más sutiles, e incluso peligrosos.

Son la publicidad, los videoclips, y en otro orden, los informativos, los reality-shows, y los documentales, entre muchos otros, ya que la proliferación, y multiplicación de nuevos modelos, en los medios, es algo característico, e instantáneamente

aceptado.

Nos situamos en medio de un entorno massmediático fragmentado, la mediasfera, despedazado, que se retroalimenta así mismo sobre sus propios deshechos de una forma casi cancerígena, sobre un tejido ya fragmentado, sin orden.

Ante todo debemos tener claro, la finalidad de estos productos, es vender algo, mediante el recurso que resulte menos costoso, tanto económicamente, como conceptualmente, aunque de todas formas, al final, las ideas también valen dinero. Y en cuanto al mecanismo que se debe crear para convencer, la lógica, el razonamiento, no parece el mejor medio para llegar al consumidor.

Como ya apuntamos anteriormente, el sujeto después de la modernidad, esta dominado no sólo por la razón, sino sobretudo por las pulsiones, y por lo tanto la mejor forma de seducir, será atrapar su atención, antes de que la razón actúe, y conducirlo a un cierto estado hipnótico, que pueda llevarlo a un punto donde el convencimiento es automático, sin necesidad de que actúen los tortuosos mecanismos de la razón, e incluso llegar así a una gama de posibles "clientes" mucho más amplia, en sus niveles culturales.

Un videoclip, no es más -ni menos- que un spot comercial de un producto, que en este caso serán los discos grabados por unos músicos. Lo mismo, evidentemente, ocurre con la publicidad, aunque dentro de ambos ámbitos, existen mucha posibilidades, de incluso concebir la difusión de ideales tan nobles como la solidaridad, la igualdad, o exponer una voluntad de denuncia a través de las imágenes propuestas por el músico en su canción.

Pero es más interesante los recursos que se utilizan en ambos medios, sean cuales sean sus intenciones, y estos siguen siendo los mismos para vender un detergente, o una recomendación gubernamental.

Se recurre a a una amalgama, donde la heterogeneidad de sus componentes poco importa, y en la velocidad de su discurso se crea de una acumulación de voces, de ruido, llamadas de cualquier fuente, sin importar su relación. Este "ruido", fluye libre, de forma estridente, sin poder detenerse, para cubrir el vacío de voz sobre el que se sostiene.

¿Es esto la construcción de un discurso según el modelo clásico, entendido en su acepción más amplia? Parece que nos alejamos de él, dejando atrás la lógica del montaje, que conocíamos, y entrando en modelos más imprecisos, sin una voz ordenadora que hable claramente. Nos encontramos de pleno en el tiempo de los universos de lo indefinido, lo inestable, y lo irracional. Se destruye la idea de armonía y secuencialidad, y en su lugar se impone la saturación de voces -el caos-, y como consecuencia triunfan la abstracción, la linealidad, y la estética del ruido.



Y cabe recordar ahora, antes de cualquier tentación de establecer analogías entre videoclips, o publicidad, por sus características, con las vanguardias, sobretudo las soviéticas, sus diferencias de fondo. El parecido entre recursos, como el montaje rápido y sincopado, las transgresiones de raccords de espacio y tiempo, y otros, responde en realidad a dos opciones contrapuestas. En la vanguardia esta opción pasaba por producir un efecto de extrañamiento en el público, de violentar su intelecto, hacerlo reaccionar, despertarlo a la lucidez crítica. En cambio en la publicidad o videoclips, el uso de estos recursos se encamina a crear el efecto hipnótico, de placer en el vértigo visual, creador o recreador de un estado anímico, que siempre se acaba reduciendo a lo mismo.

En medio de este caos, de esta multiplicación de las imágenes, de esta fragmentación icónica, de esta saturación de información, de esta acumulación hipnótica, ¿dónde se sitúa el sujeto-enunciador, el gesto ordenador del montaje?, ¿asistimos a la muerte de la construcción del discurso-narración? No, en cualquier caso estamos ante la desaparición del montaje, tal y como lo conocíamos, hasta ahora.

Cambios tan radicales, que afectan tan profundamente a nuestro entorno y a nuestra visión del mundo, incluso a la forma como estructuramos nuestro pensamiento, nos sitúan ante un aterrador vértigo, ante una ansiedad, que es difícil de asimilar tan rápidamente como nos exige el entorno. Es algo demasiado fuerte, y casi sería mejor no saber, para no sufrir. Y es que el conocimiento, implica siempre una deuda de dolor, por reconocer la crudeza de la realidad. El tiempo de los sueños ha pasado y estamos en un universo de densa información, suspendido tan solo por espejismos, que no sueños, ya que somos conocedores de que no pueden ser verdad, porque conocemos ya su lenguaje -también su artificio- y nada nos va a sorprender. Era de los metalenguajes, la ilusión ha desaparecido, y ahí reside nuestra tristeza.

A estas alturas de la Historia, parece que deberíamos ser más libres de lo que nunca hemos sido. Disponemos de toda la información, tenemos acceso a inmensas redes donde se supone que no existen límites. Podemos ver más de 200 canales de TV, vía satélite desde nuestra pantalla. Y se prevee que sean muchos más con la distribución por cable. Tenemos acceso a, prácticamente, toda la historia del cine, todas las películas, en vídeo o en canales temáticos. Los hechos más alejados son noticias instantáneas en nuestra pantalla. El mundo entero se cuele como un fluido a través de la radiación de las pantallas en nuestros hogares, en la intimidad de nuestro descanso más despreocupado, e indiferente.

Toda esta información, este fluir de imágenes y sensaciones constante se concentra sobre la conciencia del individuo, que viaja sin necesidad de moverse, convirtiéndose en algo que definiríamos como un "polo de inercia" donde se acumula una cantidad de energía -movimiento- cinético-audiovisual desmesurada.

El vehículo audiovisual, sustituye al desplazamiento físico, es estático, instantáneo. Los medios de comunicación tienen una capacidad increíble de instantaneidad. Han evolucionado hacia una rapidez, que produce una comprensión hasta negar el intervalo tiempo en el desplazamiento, llegando al extremo del punto singular de la

inmediatez. Estamos en todas partes a la vez, y el conocimiento se produce al instante, en medio de una involución de la dimensión-tiempo, una disolución de este tal y como lo entendíamos. Es tal la velocidad de la información que recibimos, de todo lo que discurre ante nuestros ojos y nuestra conciencia, que llegados al límite de lo instantáneo, nos adentramos en el umbral de la "zona singular" en la cual el tiempo ya no fluye, sino que todo es presente, ahora.

Vivimos en presente continuamente, el tiempo ya no se mueve, sino que estamos inmersos en una sincopación de presentes. El pasado es de acceso inmediato, se acerca al presente, y el futuro no es más que una acumulación de "ahoras".

Y si ya no fluye el tiempo, el espacio debe encogerse, pierde su consistencia, valor físico absoluto, y las imágenes que son su huella, se achatan, pierden profundidad. Se pierde la simulación-significada, y triunfa el iconismo (simulación-significante), con lo que confirmaríamos lo expuesto en cuanto a la explosión icónica, y la mediasfera en fragmentación exponencial.

Esta es nuestra mediasfera, un flujo constante de presentes, de instantes "ahora". No hay tiempos muertos, nuestro tiempo ya no lo marca la subjetividad, el reloj interno del sujeto, sino que se lo marcan externamente, y de forma sincopada y constante. El sujeto pierde poder sobre el tiempo, ya no lo domina, sino que el flujo informativo y audiovisual nos atrapa, vivimos dentro de él, y además parece que este no puede detenerse.

Se nos escapa el valor tiempo, y se vuelve absoluto, arrastrándonos dentro de esta corriente imparable de información constante. Estamos conectados a esta red, lo queramos o no, flotando en medio de un inmenso río. Pero de todas formas, no tenemos necesidad de salir de este flujo/red, en él está todo lo que podamos querer saber, disponemos de toda la información, siempre que nos movamos en sus límites. Aunque, pensándolo bien, ¿hay algo más allá?. Quizás sí, quizás este el mundo real.



El individuo dispone de tal cantidad de información que no tiene necesidad de ir más lejos. ¿Es esto control externo? No, en absoluto, lo que ocurre es que asimilando este volúmen de información, el pensamiento queda bloqueado, no tiene motivaciones de saber por sí mismo, esta saturado, paralizado. El feed-back continuo de información satura al pensamiento.

La voluntad queda inmovilizada, y la reflexión cubierta por gruesas capas de engrudo informativo. Y a esto se le llama libertad total.

Asistimos, en conclusión, al fin del tiempo, como apuntábamos. Es el final de la conciencia sobre éste. Dejar fluir el tiempo, incluso tener la voluntad de dejarlo pasar, perderlo, es algo para privilegiados o marginados por la sociedad.

La conciencia de dejar discurrir el tiempo, se pierde, sustituida por este flujo constante en el que flotamos. Pero lo peor que podríamos pensar es que este fluir, de repente, desapareciese. Se produce en nuestro interior una inquietud inmensa, un miedo al vacío que necesita ser cubierto. Esta necesidad se traduce en un ansia constante de vértigo, de hipnosis, que nos permita seguir flotando en el flujo. No debe haber pausa, y el aburrimiento es peligroso. Y quizás en esto es donde encontramos explicación al zapping, salto convulsivo a través de las imágenes, a la búsqueda de mantenernos alejados del vacío, nuestro propio vacío.

Debemos reconocer, en fin, y adoptando una -siempre- saludable postura escéptica (que implica distanciada), que nuestra Iconosfera es la manifestación del síntoma del miedo a asumir la responsabilidad de crear o generar significantes definidos. Actitud evasiva o difusa. Final de la consistencia de los significados, en favor de la ligereza de los significantes, soluciones pasivas o estetizantes, responsabilidad no asumida. Incluso los creadores más arriesgados, y más consecuentes de nuestra contemporaneidad, recurren a estructuras complejas, y a significantes poco transparentes, para expresar su temor y su desconcierto, en medio de este caos paralizante de la conciencia que llamamos mediasfera post-moderna, y que esta evolucionando hacia algo aún más complejo.

*Barcelona, noviembre 1995*



Fotos: Pilar Záforas