

● pre-textos



Galería de Papel. *Mask*. Francisco Pinto (2011).

**El blog de Max,
o lectura profunda contra
el sonido y la furia**

Fedosy Santaella
● 22

**Rapsodia en Bit Mayor
¿Cuánto le debe
la música a las industrias
creativas, la ciencia
y la tecnología?**

Margarita D'Amico
● 26

**El sueño de
la razón
produce cine**

Lorena Rojas
● 31

El blog de Max, o lectura profunda contra el sonido y la furia

En este ensayo-crónica se nos dice que cada medio tiene su manera de funcionar. Así, el blog se ha convertido en un medio que está a medio camino entre el libro y la red 2.0. Desde esa perspectiva se nos describe el blog de Max que no solo habla de películas, sino que ha venido funcionando como un espacio en donde vamos a encontrar las temáticas y los fenómenos contemporáneos del cine de vanguardia, de autor, independiente, internacional y de culto.

■ FEDOSY SANTAELLA

Hamlet leyendo locura

Hay un momento de *Hamlet* en el que el joven príncipe entra en escena leyendo un libro. Va concentrado en la lectura, nada dice. Lee, pero al mismo tiempo está atento, escucha, observa. Su madre, la reina, al verlo exclama: “Pero mirad por donde viene tristemente el desgraciado leyendo un libro.” La distracción y la lectura, la locura y la lectura, el silencio y la lectura. El lector es un loco porque anhela el mundo donde las palabras son internas, donde las palabras se convierten en imágenes para permanecer allí adentro, o más bien, para viajar dentro del lector. La lectura es un acto silencioso, sereno, introspectivo, que nos lleva a una comprensión profunda de ciertas realidades conectadas. La lectura debería generar una proeza de asociación en el lector. La lectura debería ser, básicamente, un acto creativo cargado de memoria, de una memoria que permanece en lo escrito. Sócrates se preocupaba de que la escritura podría acabar con la remembranza, con esa oralidad que acumulaba conocimientos a través de la memoria pura. Platón, por su parte, desterró a los poetas de su República. Pero esos poetas no eran los mismos que conocemos hoy en día. Platón hablaba de los *memorizadores*, de aquellos que pertenecían por completo al universo de la oralidad, al pasado oral, a la esfera de Sócrates. Para Platón, esa *poesía* oral representaba lo antiguo, la tradición por vencer. Su encono no era contra la literatura, sino contra la tradición oral, contra la mera dependencia de la capacidad de memoria del ser humano. La literatura, lo escrito, su preeminencia era fundamental para Platón.¹ El acto de escribir que lleva al acto de leer.

La lectura que lleva a una comprensión profunda de la realidad. Dice Walter Ong en *Oralidad y escritura*: “El pensamiento analítico filosófico de Platón fue posible solo gracias al efecto que la escritura empezó a tener en los procesos mentales.” Los libros de Platón son una clara muestra del proceso de transición entre la oralidad y la escritura. Sócrates, mayéutico, habla en libros escritos por Platón. El alfabeto, la lectura, la escritura contra la capacidad limitada de la memoria, y finalmente, la lectura profunda y privada que nace de ese leer y releer, de esa calma que se tiene ante un texto, de ese silencio meditativo. Esta lectura silenciosa nos aparta del mundo, pero solo para conectarnos mejor a su totalidad. Allí va Hamlet, leyendo, aparentemente distraído, pero atento a la maldad que lo rodea. Hamlet ha leído el mundo: su tío es el asesino de su padre, su madre está casada con el asesino. Hamlet tiene la correcta lectura, y gracias a ella guarda silencio. Su madre dice que está loco. Según algunos pareceres, la lectura enloquece. El Quijote, por ejemplo, se volvió loco de tanto leer. ¿Pero qué lectura enloquece? ¿La que es profunda, la que nos vuelve eficientes y atentos, la que requiere una profunda concentración, la que nos permite separarnos por un momento del mundo y luego volver a él con nuevas conexiones de la realidad? ¿O la lectura superficial, fácil, que con nada nos conecta, que no nos permite asociaciones de altura? Recordemos que aquel hidalgo leía sobras, libros de caballería mediocres, y que muy pocos fueron los que se salvaron de las llamas del famoso escrutinio que hicieron el cura y el barbero. No es el acto de leer, es el acto de leer bien. No es el acto tampoco de hablar, de de-

volver la lectura a manera de respuesta. El aprendizaje, las asociaciones, se producen en lo interno, a fondo. Hamlet calla y deja que los demás le piensan loco porque no habla, porque no dice lo que sabe, su lectura es interna.

La urgencia 2.0

En el siglo XXI, a partir de la experiencia de la web 2.0, que tuvo sus inicios alrededor de 2005, ha venido creciendo con cada vez más fuerza la idea de la *interacción*. El usuario de la red debe hablar, debe dar su opinión, debe decir. Ese es su derecho: hablar, comentar, decir palabras por todos lados. Decir y decir, no parar de decir, de reclamar, de expresar lo que le gusta y lo que no le gusta, de exigirle a la marca, al producto, al servicio. El usuario 2.0 debe leer, pero sobre todo, hablar sin cesar para sacarse de encima el paradigma del loco, del tonto, del mentecato que se deja bombardear por una cantidad infinita e inútil de informaciones. Ese derecho a hablar me parece, a veces, más que un derecho, una obligación. Con frecuencia se olvida que el lector también tiene derecho a callar. Que el lector verdadero, que el lector inteligente, puede preferir el silencio, la meditación, el disfrute de la lectura, y sí, la confrontación de otras ideas con las suyas propias, pero sin necesidad de escribir, proferir o comunicar sus pensamientos. El lector inteligente suele hablar cuando algo está mal, y perdón por la falta de academicismo, pero el asunto me recuerda al niño que luego de cinco años en silencio, pide un día en la mesa que le pasen la sal. Los padres, asombrados de escucharlo hablar por primera vez —para colmo a la



No se niega el acto de escuchar, lo que se cuestiona, en todo caso, es el acto desesperado de la generación de un intercambio por el simple hecho de que estamos en la red 2.0, por el simple hecho de que así lo dictan las nuevas tendencias y las nuevas tecnologías, los gurús de los nuevos tiempos.

perfección—, le preguntan por qué no había hablado en todos estos años, y el niño responde: “Es que todo hasta este momento había sido perfecto”, y va y le echa sal a la comida. La inconformidad es la voz, el rechazo es la voz. Sin embargo, la interactividad, la interconexión sigue suponiendo el derecho —obligatorio— de generar voces en la red. Las compañías desesperan por *escuchar* la voz. Si bien Kevin Roberts, con su filosofía publicitaria de las *lovemarks*, habla de una economía de la atención, donde la atención es prestar oídos a lo que la gente dice, no debemos olvidar que de igual modo el autor se refiere a la atención como el arte de *llamar la atención*. Pero esta nueva forma de llamar la atención en los nuevos tiempos es diferente; es decir, no significa, necesariamente, caer en los lugares comunes de lo fáctico tradicional, como sexo, niños, cuerpos, animalitos o sentimentalismos baratos. La nueva economía del *llamar la atención* debe consistir en la creación de historias, intimidad y compromiso, según Roberts, pero por encima de todo, debe consistir en la concientiza-

ción y el mantenimiento de una inteligencia que busca empatía. No solamente hay que *escuchar*, sino también dar. ¿Cómo se puede dar sin escuchar? No se niega el acto de escuchar, lo que se cuestiona, en todo caso, es el acto *desesperado* de la generación de un intercambio por el simple hecho de que estamos en la red 2.0, por el simple hecho de que así lo dictan las nuevas tendencias y las nuevas tecnologías, los gurús de los nuevos tiempos. La red 2.0 no solo postula transferencia de voces, palabras, opiniones, exigencias; también permite la posibilidad de la producción de contenidos interesantes, de lecturas para la meditación, de información útil y creativa con la que el lector se pueda quedar sin necesidad de presentar la prueba de comprobación de lectura, su inconformidad, su conformidad o su encantamiento con la misma. El lector de la red 2.0 no tiene por qué temer si la reina de Dinamarca lo llama pobre loco por preferir el silencio de sus lecturas. Claro que tiene derecho a responder, a hablar, a intercambiar, pero no está obligado a hacerlo. El lector 2.0 puede, en todo caso, volver al lugar donde la lectura se le hace interesante, al lugar donde la lectura se le renueva, y donde el silencio da paso a un diálogo interno.

El blog no es un juguete roto

Esta tormenta 2.0 se ha traducido en un sobregiro desafortunado hacia Twitter y Facebook, siempre a la búsqueda de la interacción idílica. Según cierto entender, los blogs han pasado a ser una cosa del pasado, y cuando digo cosa, lo digo sin pobreza de lenguaje: un juguete roto es una cosa, ha dejado de ser un objeto definido al per-

der su utilidad e incluso su nombre. En el maremoto de las modas 2.0, el blog ha pasado a ser una cosa, un juguete roto. Cuando el blog se hizo luz en el mundo, todos aquellos ansiosos del contacto social y de la orgía cibernética, así como quienes acogían el sueño de convertirse en escritores abrieron sus blogs. Pero al blog le sobra espacio para las palabras, y escribir bien no es fácil, mucho menos mantener una rutina. La aparición de Facebook y Twitter facilitó las dinámicas. La rapidez, la comodidad, el breve espacio permiten lo mismo que daban los blogs, pero sin tener que fajarse a demostrar disciplinas y talentos escriturarios. La velocidad de los tiempos, la velocidad del medio. Todo esto está muy bien para la fiesta interminable; no obstante, si pensamos en el lector, el nivel de lectura se reduce y la pregunta de inmediato se produce: ¿Dónde queda el contenido que puede generar una lectura profunda? ¿Dónde queda el arte de la lectura? Justo hace unos días me encontré con un texto de Enrique Vila-Matas en *El País* digital que habla precisamente del tema, “Los viejos blogueros nunca mueren”². En alguna parte de su artículo, Vila-Matas dice: “Me acuerdo de cuando los blogs estaban de moda. Después, Facebook y Twitter los fueron arrinconando, aunque algunos de ellos, como *Vano oficio* (Iván Thays) o el tan justamente célebre *El lamento de Portnoy* (Javier Avilés), mantienen intactos su interés.” Y luego: “Es curioso: creíamos que Internet era un lugar temible para la calidad literaria y ahora incluso añoramos la antigua pujanza de los enlaces y contenidos de los blogs. En todo caso, los mejores resisten.” En Venezuela, un autor como Roberto Echeto se mantiene activo en su blog. Todavía se preocupa por expresar lo mejor de sus ideas, por proyectar su escritura en aquellas *páginas*³. Así lo dice: “Me gusta ese formato que puedo amoldar a mis gustos. Y además: creo que hay problemas que no se pueden despachar en 140 caracteres. Ni en medio del “ruido” que plantean Facebook y Twitter. El blog es un oasis personal que encima está abierto para quien lo quiera ver.”

Roberto Echeto está escribiendo, Vila-Matas habla de Iván Thays y de Javier Avilés. La grisalla y la marabunta originaria de los blogs se han ido depurando, lo que no quiere decir que la herramienta como tal esté en proceso de volverse obsoleta. El blog sigue estando allí, y su fuerza como lugar generador de contenidos para la lectura profunda, para la lec-



Lo que el Canal Max desea en este caso, es producir un contenido interesante, donde la asociación de ideas, experiencias y relatos den paso a un discurso diferente y, se espera, original. La modernidad, la posmodernidad, la literatura, el arte, la cultura pop y la alta cultura, todo acá tiene cabida.

tura meditada y serena se vuelve cada vez más interesante

El blog de Max no habla totalmente de películas

En otra área ya fuera de la literatura, el *Canal Max* ha comprendido que el blog es el lugar donde generar contenidos que permitan la lectura y el pensamiento en torno a las temáticas y los fenómenos contemporáneos del cine de vanguardia, de autor, independiente, internacional y de culto. En julio de 2010, el canal *Cinemax*, que hasta el momento era principalmente un canal de suscripción exclusiva, pasó a ser lo que se conoce como *canal básico*, es decir, pasó a formar parte del paquete más generalizado (junto con canales como *TNT*, *MGM*, *Discovery Kids*, *MTV*, entre otros) al que como mínimo pueden acceder los suscriptores de los servicios de televisión por cable y satelital. Esto llevó a que *Cinemax* se hiciera un canal con un perfil más comercial en cuanto a su programación. “Obviamente se convirtió en un canal dirigido a un target mucho más amplio, con el contenido *premium* y de calidad que caracteriza a las marcas HBO (incluyendo el producto original de Latam y NY⁴), además de los mejores *blockbusters* y algunas series y estrenos exclusivos”, explica Adelaida López, quien fuera *On Air and Marketing Director* de *Cinemax*, y que ahora se desempeña en el mismo cargo en el *Canal Max*.

Así, al mismo tiempo que *Cinemax* bajaba a básico, el grupo HBO creaba un canal exclusivo al que llamaron *Max*. Este

nuevo canal empezó a tener una organización de su espacio mensual de programación diferente a la de *Cinemax*⁵, trabajando principalmente en base a ciclos y con una concepción fílmica más parecida al *Cinemax* de los primeros tiempos. Explica Adelaida López:

Max se convierte en el canal destino si quieres disfrutar producciones de todas partes del planeta, que normalmente son de difícil acceso, pues a nivel de distribución no llegan a theatrical en nuestros territorios. Además es el espacio para un cine independiente, propositivo, de autor, que no está sometido a los parámetros de recaudación de Hollywood sino que quiere contar una historia, un punto de vista, una interpretación de la realidad. Éste es un cine que da espacio a la creatividad e individualidad y que va dirigido a una audiencia que no se conforma con lo habitual, que quiere participar e involucrarse, que tiene una postura.

Bajo estos parámetros de audiencia, resulta entonces lógico que el *Blog de Max* (<http://www.blogdemax.tv/>) se convierta en espacio de producción de contenidos intelectuales y creativos. Cada entrada o *post* del blog tiene que ver, evidentemente, con las películas del canal, pero el propósito no es hacer una breve ficha del film, contar su trama y simplemente promocionarlo; lo que el *Canal Max* desea en este caso, es producir un contenido interesante, donde la asociación de ideas, experiencias y relatos den paso a un discurso diferente y, se espera, original. La modernidad, la posmodernidad, la literatura, el arte, la cultura pop y la alta cultura, todo acá tiene cabida. Una entrada o *post* reciente sobre un film portugués titulado *O Estranho Caso de Angélica*⁶ de Manoel de Oliveira, da cuenta de la historia de la fotografía póstuma del siglo XIX, y de las definiciones de lo que es la fotografía según la célebre Susan Sontag en su libro *Sobre la fotografía*. Acá lo que se dice en el blog sobre la fotografía mortuoria:

Esto, cabe decir, no era extraño en el siglo XIX. La fotografía empezaba a popularizarse, pero no tanto como para que hubiera una cámara en cada casa. En aquel entonces, el proceso de fotografiar era lento, elaborado, y requería de la intervención de un profesional. Así que se pueden imaginar: un ser querido muere (la mayoría de estas fotos son de niños pequeños), y de pronto la familia se en-

cuentra con que no tiene una imagen para recordar, una imagen que no borre por completo la presencia del difunto en el mundo. Así de importante es la imagen, así de pasajero el recuerdo. Para paliar la presente ausencia de la voz, del cuerpo que se mueve y del brillo en los ojos –y luego la ausencia absoluta–, la familia contrata a un fotógrafo para que le tome fotos al muerto. Lo visten, lo acomodan, los escenifican. La muerte requiere una escena para que parezca vida.

Más adelante, Susan Sontag sirve de guía para el desarrollo de las ideas en el blog:

Siguiendo con la paradojas, Susan Sontag dice que toda fotografía es *memento mori*. ‘Hacer fotografía es participar de la mortalidad, vulnerabilidad, mutabilidad de otra persona o cosa.’ Y también dice: ‘La fotografía es una suerte de énfasis, una copulación heroica con el mundo material.’ Pero De Oliveira parece preguntarse: ¿Qué pasa cuando ya la cosa ha sido vulnerada, qué pasa cuando la cosa fotografiada ya ha muerto? ¿Qué pasa, precisamente, cuando lo fotografiado ya es el *memento mori*? Pareciera responderse entonces desde lo metafísico. No es lo material lo que registramos, es lo inmaterial, el más allá, la belleza que oculta el misterio de la muerte.

En otro texto también cercano en fecha⁷, se hace un recorrido por la historia literaria de las mujeres vampiros, y esto con referencia al film *The Hunger*, de Tony Scott. A partir de la magnífica introducción del Conde Jacobo Siruela a su antología de cuentos de vampiros⁸, se habla de Lilith, los *djinn* árabes, las *empusas* griegas y las lamias romanas. Se acude a Johann Ludwig Tieck con su cuento *No despertéis a los muertos*, en el que se habla de Brunhilda, difunta esposa que termina convertida en vampiro. También se hace acotación de *Carmilla* de Joseph Sheridan Le Fanu, otro cuento en el que la figura del vampiro está representada por una hermosa muchacha, «llena de fuego sexual y tierna al mismo tiempo», tal como dice el *post* del blog. Se hace así un recorrido por los orígenes y la historia de las mujeres vampiros, que sin duda tienen que ver con *The Hunger*, film en el que Catherine Deneuve es una muy sensual vampiresa que enfrenta los problemas de la descomposición corporal de sus amantes-esclavos. Nunca, en los dos casos que he nombrado, interesa contar la película,

sino más bien crear un contexto, disparar ideas, generar un contenido informativo e intelectual que lleve a la lectura profunda, a la reflexión en torno al film. El blog de *Max* funciona así como espacio cercano donde se produce, se forma (estamos hablando de un canal con dos años al aire) y se mantiene la personalidad de la marca. Lo voz que *escuchamos* a través de la lectura del blog y la *imagen* que intuimos en cada línea, es el personaje Max, su rostro, su identidad diferenciadora, la personalidad de la marca, a fin de cuentas.

En sus marcas, listos... a bajar la velocidad

Cuando vemos en estos días a las empresas emprendiendo una carrera hacia Twitter y Facebook en una búsqueda desesperada y confusa de *contacto*, otras como el *Canal Max* avanzan por partida doble. El canal abre, sí, sus espacios de red social que admiten y desean la brevedad y la prisa, pero al mismo tiempo sostiene la figura del blog para hacer, a fondo, un trabajo de personalidad de marca y también con el fin de mantener satisfecha a su audiencia tipo. Yo, como empresa, no debo salir corriendo ni hacer correr a mis clientes, cuando en realidad mis clientes no quieren correr. Es decir, yo empresa debo recordar que no debo apresurarme solo porque veo a otros en desbandada. Mientras aquellos corren a generar contenidos apresurados, breves y muchas veces torpes, el *Canal Max* se detiene a pensar. Y no es que Twitter y Facebook no puedan generar contenidos para pensar; pero en ocasiones, la prisa, precisamente la prisa por ocupar el nuevo medio (que no se entiende además por completo) vomita contenidos que dejan mucho que desear.

Con esto tampoco quiero decir que toda empresa deba tener un blog y que toda empresa deba producir contenidos para la lectura profunda. No obstante, en el caso del *Canal Max* la elección parece ser la acertada. En medio del torbellino, el oasis del blog, tal como lo expresa Echeto, es el escenario ideal para que el joven Hamlet se pasee tranquilo, en calma, con su libro por delante, loco-cuerdo en medio de la estulticia de estos tiempos desesperadamente 2.0.

Macbeth y sus breves conclusiones

Cada nuevo medio tiene su manera de funcionar. El blog, paradójicamente, pareciera

estar a mitad de camino entre la tecnología del libro impreso y la de la red 2.0. Es una herramienta flexible, dinámica, pero que al mismo tiempo permite (no en exclusiva) una producción de contenidos para la lectura profunda que no necesariamente se traduce en una avalancha de comentarios más o menos trascendentes.

Quizás, me digo, sea tiempo de repensar la función de los blogs, quizás sea tiempo de replantearse las ansias de los huracanes y de tanta teoría 2.0 con respecto a la panacea de la interactividad como estrategia. Quizás sea tiempo de escuchar lo que realmente se debe escuchar, esa verdadera necesidad de contacto íntimo que se da a través de los silencios adecuados, y no extraviarse en el griterío de la marabunta, que nada dice, que, cerrando de nuevo con Shakespeare, no son más que sonido y furia que nada significan.

FEDOSY SANTAELLA

Escritor. Profesor de Pregrado y Postgrado en la Universidad Católica Andrés Bello.

Notas

- 1 *The Shallows* de Nicholas Carr, de donde he extraído estas ideas sobre Platón y Sócrates, remata diciendo: “The ‘oral state of mind’ wrote the British scholar Eric Havelock in Preface to Plato, was Plato’s ‘main enemy’”.
- 2 http://cultura.elpais.com/cultura/2012/02/20/actualidad/1329750663_524503.html
- 3 ROBERTO ECHETO presenta... <http://robertoecheto.blogspot.com/>
- 4 Se hace referencia a las producciones originales hechas en Nueva York (NY) y últimamente en Latinoamérica, como “Mandrake”, “Hijos del Carnaval”, “Alice”, “Epitafios”, etcétera.
- 5 Cinemax trabajaba con lo que se conoce como franquicias semanales, tales como Cinergia, en su mayoría películas de taquilla; Filmanía, o ciclos especiales de lo que se llama cine de colección; Real View, documentales; o Panorama, cine exclusivo de todas partes del mundo.
- 6 «O Estranho Caso de Angélica, o la fotografía, el amor, el arte y la muerte», 10 de febrero de 2012: <http://www.blogdemax.tv/post/2012/02/10/O-Estranho-Caso-de-Angelica-o-la-fotografia-el-amor-el-arte-y-la-muerte.aspx>
- 7 «The Hunger, mujer, estética y erotismo en las historias de vampiros», 7 de febrero de 2012. <http://www.blogdemax.tv/post/2012/02/07/The-Hunger-mujer-estetica-y-erotismo-en-las-historias-de-vampiros.aspx>
- 8 *Vampiros*, edición y prólogo de Jacobo Siruela. Ediciones Atalanta, S. L. Barcelona, 2010.