

TRIBUNA DE LA VANGUARDIA

CUANDO DESAPARECE «LIFE»

LA GRAN AVENTURA

La gran aventura inicial del fotoperiodismo en su versión moderna acaba de terminarse con la extinción del «Life». Es el último de la serie de los grandes gigantes norteamericanos —los otros eran «look», «Mac Call's» y «Saturday Evening»— que feneció en estos años. Se ha repetido con ese motivo la imagen o metáfora del dinosaurio que se extinguió, al parecer, precisamente por su gigantismo que lo hacía inepto para la sobrevivencia entre las especies. Todo era desmesurado en estos enormes «magazines» gráficos: la tirada de siete u ocho millones; la cifra de ventas; las páginas del texto y de la publicidad y el tamaño del semanario. Lógicamente, también eran inmensos los costos de confección y sobre todo de transporte postal. A partir de un cierto momento, en los años sesenta, las fotorrevistas de gran difusión empezaron a ofrecer una pérdida notable en su balance anual. Cuanto más vendían, más desequilibrio financiero. Se pensó que al ir muriendo uno tras otro hasta quedar solamente dos, la fuerza de la publicidad y de los lectores sostenían la competencia de ambos. No se cumplió el vaticinio y «Life», finalmente solo, no ha podido continuar su ruinoso existencia. El próximo número será el último y aparecerá el 29 de diciembre. Toda una época del periodismo contemporáneo desaparecerá con él.

Cuando Henry Luce fundó «Life» en 1936, explicó en un célebre documento la esencia del fotoperiodismo. Hasta entonces los periódicos publicaban y vendían noticias y los semanarios acompañaban esas mismas noticias con fotografías. La idea de Luce era revolucionar ese concepto y hacer que el lector viera por sus propios ojos el personaje y el acontecimiento. «Ver la vida; ver el mundo; ser testigo de los grandes acontecimientos; del trabajo del hombre; cosas que ocurren a miles de millas de distancia; cosas ocultas o prohibidas; ver y gozar con lo que se ve; ver y asombrarse; contemplar y aprender. Ese es el deseo y la aspiración de media humanidad...» La historia de los años subsiguientes iba a darle temas dramáticos en superabundancia para llenar las páginas visuales del periódico. La guerra española; la guerra europea; la guerra del Pacífico; la posguerra trágica; la guerra de Corea. Fueron unas secuencias inolvidables que aún hoy estremecen cuando se recorren las páginas de los años coleccionados.

«Life» apelaba a la imaginación más que al entendimiento. Traía el foco visual de los protagonistas y de los terribles episodios a través de fotos sensacionales, a la intimidad de millones de hogares americanos. Su prodigioso éxito se debió a la combinación inteligente de factores técnicos en la captación de la imagen, en el arte de conseguirla y en su reproducción perfecta en blanquinegro o en color. Los hombres que hacían

«Life» eran, además de artistas de la cámara, gentes de notable audacia que arriesgaban su vida y la perdieron en muchas ocasiones por ganar la película definitiva que saldría reproducida millones de veces la semana siguiente en el mundo entero. Luce no quiso, sin embargo, hacer una publicación de exclusiva condición fotográfica y llevó a las páginas de su semanario a los grandes de la literatura americana y a los grandes de la política mundial. Así, Hemingway publicaría «El viejo y el mar» que le valiera el Nobel, en el semanario. Y Churchill, Eisenhower, de Gaulle y Truman, entre otros, eligieron las páginas de «Life» para dar, en entregas sucesivas iluminadas con fotografías extraordinarias, sus «Memorias» personales.

Luego vinieron los aspectos didácticos del asunto. En el semanario se hicieron reportajes únicos sobre la fauna y la flora del mundo hasta el punto de que la ecología como concepción todavía nonata apareció en esas informaciones por primera vez. La cultura histórica, el arte y la ciencia, la síntesis de las grandes religiones, todo ello desfilaba por la empresa de Luce como en renovada e inacabable pantalla. La biología conoció increíbles fotomontajes como el del niño de dieciocho meses retratado en la bolsa amniótica, por un genio de la cámara llamado Lennart Nilsson. «Life» fue una gran aventura que definió una época. La del medio visual como elemento amplificador e integrador del periodismo.

Pero esa misma ciencia cuyo elogio y hallazgos innumerables llenaban las páginas del «magazine» iban a acabar con él. Por encima de las razones técnicas del costo y de la publicidad, el fotoperiodismo lo ha liquidado la televisión. Las palabras de Luce que más arriba cito, pueden aplicarse con mayor adecuación a la pequeña pantalla. Con el televisor, la gente ve y presencia el acontecimiento vivo y lo escucha además. El satélite espacial añadió un elemento nuevo a la superioridad absoluta del medio comunicativo: su instantánea universalidad. Los ingeniosos sistemas de obtención, transporte y montaje de fotografías para ilustrar los reportajes cayeron por su base ante la avalancha instrumental televisiva. Era la lucha entre el pasado y el futuro o, como lo explicaba un periodista americano, la intención de luchar con sistemas de ayer para ganar la batalla de mañana. ¡Lección de todas las guerras perdidas!

Luce, que murió hace pocos años, intuyó sagazmente el inevitable desarrollo del proceso. Era un pionero del periodismo, pero por eso mismo un hombre que vivía sumergido en el clima de las novedades y de los cambios. Su íntima amistad con David Sarnoff, otro genio anticipador de la electrónica y de las

comunicaciones, le hizo pronosticar que así como «Time» y «Fortune», en razón de sus contenidos específicos, tendrían estabilidad económica y larga vida, a «Life» no le sería dado desbordar los años setenta. La profecía resultó cierta. Y como escriben con amarga ironía sus colegas diarios la frase paradójica revela una triste verdad: «Life is dead». La vida muere.

No fue vana la gran aventura. Yo diría que preparó el camino al clima audiovisual presente, despertando el interés y el gusto del gran público por la noticia reflejada en imagen. Pero además, contribuyó a través de sus millones de ejemplares a mentalizar una masa de opinión, de alcance mundial, ante los grandes acontecimientos históricos. La objetiva y despiadada manera con que reflejó guerras y revoluciones, hambres y conmociones, la intimidad de los personajes míticos, la vida cotidiana de los monstruos sagrados de la pantalla y la forma en que trató de neutralizar algunos «taboos» del puritanismo le valieron enemistades feroces y ataques envenenados. Pero en el balance general hizo un bien positivo, denunciando escándalos públicos, mostrando el horror de la guerra vietnamita y no pactando en general con el conformismo rutinario. Fue un reducto de la prensa independiente que ganaba sus mejores combates con los reporteros gráficos, a veces tan magistrales, que apenas necesitaban poner un pie a sus clisés, de tan elocuentes y explicativos que resultaban. Los juicios del público entraban en seguida por los ojos. «Life» era el reflejo de una época que necesitaba dinamizar visualmente, febrilmente, las impresiones del mundo exterior.

Como todas las grandes aventuras humanas, tuvo su comienzo y su término. Su éxito y su liquidación. Quien el día de mañana quiera conocer el perfil estremecedor de los años de este siglo que empiezan con la guerra española y acaban en el armisticio del Vietnam, pasando por el descubrimiento de las armas nucleares y los viajes al espacio, puede quizás hojear con provecho los tomos de este semanario y ver cómo eran los rostros de los protagonistas notorios o ignotos de esta época y cuál fue el volumen de los problemas irresueltos que desencadenaron ellos mismos al crearse un creciente margen de distancia entre los avances de la ciencia y de los medios potenciales que ésta produce y el estancamiento de los principios éticos y políticos que deben regir y controlar el uso de aquéllas. Es lo que llama Arnold Toynbee el «moral gap», el vacío moral. En él se encuentra la raíz de la crisis de nuestra civilización que tan a lo vivo mostraron los treinta y seis años del semanario «Life».

José María DE AREILZA

ADIOS A OTELO DIMISION DE LOS CELOS

DICEN que la cosa se acaba, y hay que creerlo. Vendrá un día —si ya no es hoy— en que el «Otel» de Shakespeare resultará poco menos que ininteligible para el hombre de la calle: casi tanto como una tragedia griega. Los hijos de la familia de Edipo, por ejemplo, impresionan al espectador actual, no cabe duda; pero hace falta un cierto esfuerzo de imaginación histórica, e incluso arqueológica, para llegarlos a «entender» en sus términos justos. Así ocurrirá con la ira mortal del Moro de Venecia. La gente acudiría a la representación, quedaría boquiabierto ante la gloriosa palabrería de los personajes, se estremecerá al contemplar la hecatombe final, y, con todo, se le escapará el verdadero fondo del asunto. O sea: los celos. Durante siglos, los celos han sido materia ordinaria de novelas, melodramas, sainetes, versos excitados. El público consumía esta literatura más o menos digna con absoluta normalidad: al fin y al cabo, trataba de algo que pertenecía al orden de la vida cotidiana, nociones o pasiones, y hechos, que nadie consideraba extraños. La crónica de sucesos en el periódico, el papeleo forense, las comidillas del vecindario, estaban llenos de «casos» de este tipo. Y hoy han dejado de ser frecuentes. Tal es la cuestión.

No digo, por supuesto, que los celos hayan «desaparecido». Ni mucho menos. Todavía abundan los episodios dolorosos: suicidios, altercados conyugales a veces con desenlace amargo, cuchilladas entre novios de toda laya. Aunque han perdido desgarrar y pintoresquismo en sus estallidos, y aunque a menudo se silencian, se siguen produciendo. ¡Y tanto! Nunca sabremos lo que los celos continúan influyendo en las relaciones corrientes de los adultos —empezando por los adolescentes, si se quiere—, porque no hay manera humana de controlar sus peripecias, por muchas encuestas y estadísticas que se intenten, y, por cierto, no se intentan. Ahora bien: todo induce a sospechar que nos hallamos

frente a la decadencia de esta curiosa especie de malestar social. En realidad, una gran mayoría de las situaciones actualmente constatables acontecen entre personas —y valga la expresión, en lo que tiene de indicativa— de «mentalidad arcaica». Proviene de familias de extracción popular en las cuales perduran, y muy arraigadas, las convicciones éticas tradicionales; o bien son individuos de origen precisamente opuesto, o casi, en cuya formación y en cuyo «status» residen los juicios de valor básicos de que dependen los celos.

Porque sería una bobada aceptar que los celos constituyen un mecanismo «psíquico» natural: biológico, intrínseco al comportamiento de hombres y mujeres, universal. Por el contrario: son un producto de determinadas condiciones «culturales», muy concretas en el espacio y en el tiempo. No todo «amor» permite los celos. También el «amor» varía, según las tierras y las épocas. No son los mismos el «amor» de Platón que el de Ovidio, ni los de éstos que el de los trovadores o Petrarca: ni el de Occidente se parece al de Oriente, ni cualquiera de ellos, macerado por versos y prosas, al de cualquier oscura tribu ecuatorial. Eso es archisabido, y las librerías están repletas de etnografía impresa que lo certifica. Un estilo de «amor» dio como correlato los «celos». ¿Cuándo y dónde comienza? No importa. Es el «amor» que ya se refleja en Ausias March y en Roís de Corella, el que Shakespeare aprovecha en «Otel» y en más piezas, el que don Pedro Calderón de la Barca explota a mansalva en sus ceremonias escénicas, el que inyecta tinta y más tinta a las plumas románticas... La Rochefoucauld, Montaigne, Chamfort, Joubert, los moralistas por antonomasia, se divertieron en su análisis. ¿No son aún las mejores páginas del tema las de algún capítulo de Proust?

Y ahí se centra todo: que ese «amor» se desvanece y es sustituido por otro. Nunca fue un «amor» profesado por todo el mundo, y ni si-

quiera por la población entera de su ámbito de jurisdicción. Aunque las ideas dominantes son siempre las ideas de la clase dominante, la transmisión nunca llega a ser capilarmente perfecta, y suelen quedar residuos tibios o impermeables. La multitud rural y avasallada, sin ir más lejos, se contentaba con ir tirando: a su nivel, no había «amor», sino la «lujuria» del catecismo y el «matrimonio» de la necesidad económica. Alguna canción folklórica atenua este esquema, pero no demasiado... El «amor» que conlleva los «celos» es una maniobra urbana y literaria: burguesa. Con algún precedente feudal, pero burguesa. Los celos, en última instancia, poco tienen que ver con el «honor» caballeresco. Por eso las «calderonadas» apenas sirven para aclarar el problema. El «honor» es una reminiscencia aristocrática, y lo de menos es que derive a nivel de funcionario público, como en los dramas de don José Echegaray. Los «celos», por su parte, se fundamentan en la industria y el comercio: en un sentido de la propiedad privada muy diferente. El binomio «amor-posesión» —y «posesión en exclusiva»— es sintomático.

Hubo excepciones a la regla, y permanentes. Eso no altera la línea básica del planteamiento. La novedad consiste en que, de momento, las nuevas generaciones van abandonando el ritual erótico-institucional de sus mayores. Los chicos se saltan a la torera los antiguos tabús, los enredos domiciliarios aumentan —a medida que la eutrapelia económica crece—, y los viejos «dramas» se desinflan. Me abstendré de dar detalles, que, además, serían superfluos. Basta con que el lector piense en las amenazas de su propio domicilio: la muchacha de hoy día ofrece el sexo en términos que nuestros abuelos «burgueses» —los de todos, por docentes y decentes— considerarían nefandos. Desenfado, promiscuidad, alegría —el «amor» conexo con los celos nunca fue alegre—, indiferencia, libertad, pacto provisional: lo que sea. Y lo que es, bien

mirado, ya es otra cosa. Los amores frenéticos y monopolizadores carecen ya de energía: socialmente hablando, quiero decir. Las parejas se hacen y se deshacen al ritmo de unas «afinidades electivas» tremendamente eventuales. Esto aún se restringe a zonas privilegiadas de la sociedad —universitarios hijos de papá, profesionales con honorarios conspicuos, fulanos de esta área—, pero se extenderá.

Todo va en contra de los «celos», en este instante. Tanto, que los últimos celosos se avergüenzan de serlo, en vista de lo desacreditado que está la conducta «celosa»... Si se me empujase a sugerir una explicación profunda de la conmoción, yo me atrevería a insinuar que, en resumidas cuentas, ya no manda la burguesía. Me refiero a la burguesía «clásica»: liberal, competitiva, autora de la Ley Hipotecaria y del Código de Comercio. El tinglado ha sufrido recientes y drásticas variaciones: el concepto de «propiedad» ya no es el que era, aunque sólo tímidamente lo notifican los economistas. Y, como todo no es una circunvalación financiera, debemos añadir otras evidencias materiales: las píldoras y lo que no son píldoras, el arsenal circunspeto de la Medicina, abstracto y eficiente a la vez, sin prestarse a servicios dogmáticos... Hay países donde el Neocapitalismo maniobra sin excesivas rémoras, donde todo esto ya figura estipulado en las leyes. Todo se andará, y, a la larga, las zonas del mapa —occidental, nuestro— donde el Neocapitalismo es todavía un aprendizaje, terminarán por ceder... El «honor» se disipó, y los «celos» reculan. La sociedad de nuestros nietos será «otra», para bien o para mal... La «revolución» más eficaz, policíacamente irreprimible, es la de las alcobas, los seiscientos, las inocentes discotecas... Sin «celos»: se toma o se deja, o se toma y deja...

Joan FUSTER



VIAJE ESPECIAL A AUSTRALIA CON MOTIVO DEL
«40.º CONGRESO EUCARISTICO INTERNACIONAL»
MELBOURNE, 1973

VISITANDO
ROMA, MELBOURNE, SIDNEY, TOKIO OSAKA, HONG KONG, BANGKOK, ATENAS
Del 16 de febrero al 12 de marzo de 1973

Viaje patrocinado por la

Junta Archidiecésana de Peregrinaciones de Barcelona

Informes e inscripciones en:

VIAJES BARCINO, S. A. - BARCELONA
Lauria, 7 - Tel. 231 43 03
Mayor de Gracia, 153 - Tel. 217 64 97
BADALONA, Mar, 9 - tel. 389 47 08

VIAJES UNIVERSAL, S. A. - BARCELONA
Via Layetana, 67 - tel. 231 96 61

P.º de Gracia, 21, próxima apertura.

Dirección Técnica AGENCIA DE VIAJES G. A. T. 63



EMPRESA CONSTRUCTORA
FERNANDO GRANELL, S.A.

TELEF. 253 22 04* - MALLORCA, 200, PRAL. - BARCELONA-11



Portero eléctrico
Antenas

Intercomunicación para empresas

TELS. 3251598-3250390



Instaladores
Portero Eléctrico con
luz de emergencia
intercomunicación
en-tram
ELECTRÓNICA

Delegación en Cataluña y Servicio Técnico
Diputación, 249, 3.º 2.º BARCELONA