

***The Audience Effect. On the Collective  
Cinema Experience***

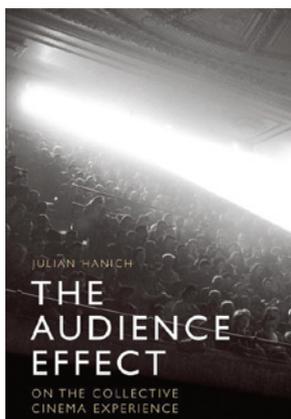
**Julian Hanich**

Edimburgo

Edinburgh University Press, 2017

336 páginas

91,61 €



No es baladí que este trabajo, centrado en la experiencia de ir al cine, se publique en un momento muy concreto de nuestra historia de la recepción cinematográfica en el que el visionado de películas se enmarca cada vez más fuera de la sala. En este sentido, *The Audience Effect* sigue la estela de un número de trabajos que retan a toda una serie de perspectivas —predominantes en la teoría del cine— que definen la experiencia de la gran pantalla como experiencia de aislamiento: el individuo inmerso en la butaca, absorbido por el filme, ignorante de lo que ocurre a su alrededor, entraría en una relación trascendente con las imágenes que pondrían entre paréntesis toda circunstancia ajena a la narración. De los autores preocupados por estudiar los contextos en los que hoy en día consumimos películas, muchos se han centrado en considerar el papel que el contexto histórico, cultural y social del visionado puede tener sobre las formas en las que un grupo de espectadores interpreta y adopta un filme de

manera colectiva (Julian Stringer, Janet Harbord o Barbara Klinger, entre otros). En el marco de esta cada vez más vasta bibliografía, la propuesta de Hanich toma una perspectiva bien diferente que parte de la fenomenología como herramienta de análisis de la experiencia fílmica en grupo. En este sentido no puede decirse que el libro de Hanich sea una aportación al estudio de las culturas del cine o un estudio de recepción *per se*, sino, más bien, un ejercicio de filosofía en el que la sala de cine se presenta como el microcosmos elegido para el estudio de las emociones humanas.

A través de la reducción y la descripción fenomenológica de las reacciones de los presentes en la sala durante el visionado de toda una serie de filmes, Hanich establece una serie de modelos de conducta («invariables intersubjetivas») que presentan al lector una colección de situaciones afectivas que emergen cuando nos encontramos ante la gran pantalla en compañía de otros (conocidos o desconocidos). El resultado es una suerte de enciclopedia afectiva que propone un análisis en desarrollo de las tres emociones que para el autor son más prominentes en la sala de cine: la risa, el llanto y, finalmente, la ira hacia otros espectadores. El énfasis del libro descansa en la posibilidad de demostrar que estas tres emociones y sus diversas variantes (las lágrimas axiológicas, el llanto forzado, el llanto compartido, la risa de desdén, la risa de imitación, etc.) solo pueden entenderse en el entorno social de una sala, en el que la percepción del filme es el resultado de una negociación constante entre la experiencia íntima e inmersiva de ver una película en el aislamiento de nuestra butaca y la conciencia de estar rodeados de desconocidos que potencialmente pueden percibir nuestras acciones y a quienes, a su vez, podemos percibir (a través de un corolario sensorial de olores, sonidos, voces o movimientos a los que asignamos significado).

Organizado en cinco secciones, que a su vez se dividen en siete capítulos, el libro usa la escala de planos como metáfora de su estructura piramidal: Hanich comienza con un plano general

(Parte I) que presenta un panorama de los trabajos que se han aproximado al estudio de los efectos en el público. Le siguen un plano largo (Parte II), en el que el autor arma su marco teórico a partir de una doble tipología del visionado colectivo, y un plano medio (Parte III), donde se hace la propuesta metodológica. El libro progresa a un *close-up* o plano corto (Parte IV), donde el autor realiza el análisis de los tres casos de estudio mencionados (la risa, el llanto y la ira), para cerrar con una coda a modo de *fade-out*. En esta última parte, Hanich vuelve a abrir el plano para proponer una posible deriva de su estudio hacia contextos de visionado colectivo enmarcados en la era digital.

Hagamos un breve repaso a lo que ofrece cada sección. En primer lugar, el libro abre con un valioso ejercicio de arqueología en el que se recuperan algunas de las aportaciones que autores canónicos como Bazin, Odin o Benjamin han hecho al estudio de la experiencia espectral. El mayor logro de esta sección es la estimulante lectura alternativa que el autor hace de la historia de la teoría del cine. A lo largo de los dos primeros capítulos del libro, Hanich no solo evidencia la ya sabida escasez de referencias a la situación cinematográfica del espectador, sino que extrae del olvido tímidas especulaciones sobre el público que, por no haber sido sistematizadas teóricamente por sus autores, han terminado por excluir la cuestión de la dimensión social del espectáculo cinematográfico de la teoría del cine. Un caso digno de mención es la referencia que Hanich hace al trabajo de Walter Benjamin y su reflexión en torno a la risa y a la «experiencia simultánea colectiva» en el cine, que toman cierta preponderancia en su discusión en torno al valor de culto en *La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica*. Hanich organiza esta arqueología a partir de un repaso a la obra de Odin, Barthes y Morin, autores a quienes asigna cierta responsabilidad a la hora de describir el contexto de recepción cinematográfica como un espacio social que cumple una serie de funciones sagrado-rituales.

El libro sigue con un ejercicio de construcción del marco teórico, que Hanich afronta a partir de una tipología del visionado colectivo. Con el fin de definir los marcos de referencia emocional en la sala que a posteriori le permitan desarrollar sus casos, se distinguen dos formas de visionado en las que la academia ha dividido la historia de la recepción colectiva: *quiet-attentive viewing* (visionado atento-silencioso) y *expressive-diverted viewing* (visionado expresivo-distraído). Si el primero vendría a describir los estados emocionales que predominan bajo las condiciones —más convencionales— de ver un filme en silencio en la oscuridad de la sala, el segundo se corresponde con formas de visionado asociadas a proyecciones participativas en las que lo propio es intervenir a través del comentario, la risa e, incluso, de actividades físicas como el baile y el canto. Estas proyecciones, reguladas por una inversión de las normas implícitas en la sala, se vienen celebrando en torno a películas de culto en la línea de proyecciones como *The Rocky Horror Picture Show* (Jim Sharman, 1975), *quote-a-longs* o los más recientes *sing-a-longs*. La filosofía es aquí el ámbito desde el que más abiertamente se abordan las implicaciones fenomenológicas de «ver en conjunto» (*view jointly*), una acción que según el autor es propia de ambas formas de visionado y que describiría toda asistencia al cine como un «nosotros» intencional (*we-intention*). En otras palabras, todo contexto de visionado colectivo en una sala se rige por la disposición consciente de realizar una actividad en común, y por lo tanto, de implicar (a distintos niveles) a los demás en nuestra experiencia individual. Si con este juego conceptual Hanich logra justificar la imposibilidad de desvincularse de la intersubjetividad en el estudio de las emociones del público cinematográfico, a su vez, elude la problemática implícita en todo estudio que se adentre en el resbaladizo territorio de los públicos: la de pensar en la audiencia como un grupo heterogéneo de individuos cuyas motivaciones, emociones y acciones se encuentran sujetas a una serie de variables

imposibles de describir e interpretar sin acudir a un estudio etnográfico que implique entrevistas y que incorpore, en definitiva, la voz del público. Esta elucidación teórica conecta, en la tercera parte del libro, con una exhaustiva presentación metodológica para la aproximación a la realidad emocional del espectador en salas. Retomando algunas de las reflexiones del crítico cinematográfico Gian Piero Brunetta, el autor responde a una pregunta clave en cualquier estudio interesado en la posibilidad de estudiar el clima afectivo de una sala de cine: ¿cómo se pueden distinguir e investigar las diversas experiencias afectivas que los espectadores experimentan en relación a los copresentes? La respuesta se articula en forma de 7 puntos que hacen a su vez de hilo conductor al posterior análisis de casos (el que realiza en los capítulos 5, 6 y 7 respectivamente). Estos puntos describen una serie de hechos que pueden condicionar fuertemente la respuesta emocional de los públicos en el auditorio: el grado de conciencia de los otros, el tipo de relación que el espectador tiene con sus acompañantes o el grado de control que el espectador tiene sobre sus relaciones con los demás en la sala, variables que no dejan de poner en perspectiva el peso que la constelación colectiva de la sala tiene sobre la compleja mezcla de emociones que se dan cita en el espectador. El autor llega así al anunciado *close-up*. Dividido en tres capítulos, en esta cuarta parte se suceden tres casos de estudio en los que se analizan los efectos que los otros miembros del público tienen sobre lo que el autor llama la risa, las lágrimas y la ira cinemáticas de los espectadores. En este caso, Hanich se nutre de estudios y experimentos de psicología social para ilustrar la diferencia que sobre nuestra respuesta afectiva tiene ver una película solo y ver una película *con* alguien. Esta sección puede leerse como un muestrario de posibles escenarios (la risa como reacción a lo ridículo y lo cómico, la risa de alivio, la risa como expresión del reconocimiento de otra risa, etc.) que derivan en descripciones de potenciales situaciones basadas tanto en estudios como en la

experiencia personal del autor. Así, por ejemplo, en uno de los muchos escenarios propuestos, los espectadores serían más proclives a esconder y censurar sus emociones cuando se encuentran rodeados de gente (el llanto, explica Hanich, es una muestra de descontrol que en nuestra sociedad se considera símbolo de debilidad). Sin embargo, en determinadas circunstancias, el llanto puede funcionar como vínculo afectivo entre los espectadores, como ocurre, por ejemplo, durante el llanto catártico de un grupo de adolescentes durante la escena final de *Titanic* (James Cameron, 1997). Asimismo, una risa en la sala en un momento anticlimático del filme puede producir desde la ira de algunos espectadores hasta la apreciación intelectual y, por tanto, la apertura de nuevas posibilidades de interpretación del filme. Si bien esta sección se beneficia de los numerosos ejemplos y variopintas situaciones que propone Hanich, el lector esbozará una sonrisa suspicaz al percatarse de la ausencia de referencias a un trabajo de campo que sostenga el corolario emocional que aquí se describe. En otras palabras y como el propio autor reconoce, los casos planteados no abandonan en ningún momento el territorio de la especulación excepto cuando se citan estudios provenientes en su mayoría de la psicología social y cognitiva. En este sentido, las principales limitaciones del libro se encuentran en el propio uso de la fenomenología como método de descripción y análisis de la experiencia cinematográfica. Para ilustrar esta limitación fundamental, funciona aquí bastante bien la metáfora de los árboles y el bosque. Con el objetivo de lograr un acercamiento «limpio» y desprejuiciado al objeto de estudio (parte del fundamento fenomenológico), en su constante recurrencia al *close-up* (el análisis exhaustivo de las potenciales situaciones afectivas), Hanich pone entre paréntesis toda una serie de elementos que en sí definen la experiencia de ir al cine (como la arquitectura o la adscripción de la sala a un tipo de culturas del cine concretas), imposibilitando el acercamiento final entre sujeto y objeto. Ejemplo de ello no solo es,

como se ha dicho ya, la ausencia total de casos que comprometan en el análisis la opinión del público (algo, que podría resolverse con entrevistas), sino que las películas quedan en numerosas ocasiones fuera de plano, distanciándose el trabajo casi por completo de la importancia del texto fílmico como fuente del proceso emocional en la sala. Esto lleva al autor a caer en el artificio que él mismo insiste en querer soslayar al comienzo de este volumen: el de generar un trabajo más que idealice la experiencia social de la sala como esencia de la especificidad fílmica. El libro trata de resolver este dilema con un cierre que adopta la forma y el nombre de transición o de fundido a negro (*fade-out*) en el que se reflexiona sobre cómo la fenomenología debe servir al análisis de otras formas colectivas de visionado (por ejemplo, el apenas tratado *home cinema* con amigos) o sobre la misma transformación de la experien-

cia del otro y su presencia en la sala a través de la introducción de dispositivos móviles y «segundas pantallas» en el auditorio.

Por último, se agradece la inclusión de un glosario final de términos que dan coherencia y estructura a un volumen que a menudo es en exceso taxonómico. Al hilo de este glosario, hay que reconocerle a Hanich su claridad conceptual y su constante pedagogía a la hora de aproximar la fenomenología a un lector no especializado. Paradójicamente, a pesar de su afán pedagógico, el libro no logra conciliar esta rama de la filosofía con los estudios de cine, dejando en evidencia la ineficacia de la fenomenología como herramienta que ofrezca nuevas soluciones a algunos de los dilemas que acompañan al estudio cualitativo de los públicos.

**Rosana Vivar**