



El circ electrònic

Segons Anthony Smith, ex-director del British Film Institute (1979-1988) i president del Magdalen College d'Oxford, l'espectador del futur, cada cop més ociós, podrà satisfer fins a l'esgotament el seu desig de plaer electrònic i d'interactivitat.



Al llarg del segle XX el lleure ha passat de formar un conjunt d'activitats relegades al final de la jornada laboral a consistir en una colla d'indústries que s'esforcen a omplir el lleure de la gent. L'esbarjo era, per a la majoria, una experiència col·lectiva, una cosa que es feia fora de casa. Però, al final del segle XX, veiem que l'esbarjo ha anat apoderant-se gradualment de les llars i transformant-ne l'organització.

Una història clàssica de les diversions populars, publicada a començament de segle, contenia aquests capítols: teatre mímico, joglaria i art ambulant, parcs d'atraccions, *Punch and Judy*, pantomima, music-hall, circ i cinema. El teatre i l'òpera, no devien comptar com a formes de diversió, ni tampoc les galeries d'art o el turisme. Els museus volien dir educació, no esbarjo. Diaris i revistes no cercaven pas la gent interessada pel lleure, tot i que ja començaven a anar-hi. Tavernes i restaurants eren més per a satisfer unes necessitats que no pas per a consumir el temps lliure dels treballadors.

Ès alguna cosa més que la televisió allò que ha transformat el concepte d'esbarjo. El gran canvi ha estat que ara la gent pugui aspirar a te-

nir la seva pròpia casa, sigui per a viure-hi sola o en família. L'aparició de la televisió als anys 50 fou possible no sols gràcies a un nou poder adquisitiu i a la demanda d'un esbarjo de masses familiar, sinó també a la generalització de l'allotjament privat, fos de lloguer, fos de propietat. La televisió va ser un estri fonamental en la munió de cases que s'aixecaven als afores de les ciutats victorians i eduardianes d'Europa i d'Amèrica. La victòria electoral de Macmillan a la Gran Bretanya (1959) fou producte de la promesa —complerta— de construir més de 300.000 cases l'any. Els programes de televisió i la publicitat van ajudar a comprar i moblar un habitatge que constituïa la preocupació estètica principal (i la principal decisió econòmica) d'aquella generació.

Aquest és el motiu pel qual, si volem fer previsions sobre el futur del lleure, hem d'imaginar abans el futur de la família com a unitat. La família s'incardinà profundament en la cultura del mitjà televisiu en la dècada inicial de la televisió, als anys 50. Però cap a la fi dels 60 una nova generació ja lluitava per sortir de casa, i les tensions entre generacions, reflectides en la cultura juvenil del moment, forçaren un canvi global en la manera d'enfocar la ràdio i la televisió. Fins a cert punt l'audiència es va aplegar

en grups i interessos especialitzats. L'arribada del vídeo –i a Amèrica també de la televisió per cable–, ha contribuït a aquest procés de canvi: han sorgit més programes (i canals) pensats per a sectors d'audiència. Però la televisió continua essent obligada en les il·lusions “familiars” que encara suporta, per més que en aquests anys 90 no arriben ni a un terç les llars britàniques que tenen nens.

En aquests llargs anys de recessió la llar també s'ha convertit en un centre d'il·lusions econòmiques frustrades. Els canvis, els podem veure reflectits als serials televisius. Pels televidents britànics, les contrarietats de la gent de *Brooksi-*

ARXIU



“L'espectador podria contemplar un esdeveniment esportiu en directe o enregistrat i decidir d'interrompre'l per veure una entrevista amb el capità de l'equip o la repetició dels millors moments del partit que mira, en temps real o a càmera lenta.”

de, *Gent del Barri* o *Eldorado*, amb les seves simples aspiracions, han pres el lloc de les grans seguretats de *Coronation Street*. Podríem predir, per tant, que durant les dècades vinents una nova generació cercarà un lleure que afavoreixi la fugida a llocs menys carregats d'estrès financer. Es va gestant una nova tendència a l'espectacle a l'aire lliure, de grans dimensions i assistit electrònicament. En les superproduccions de Steven Spielberg, en l'expansió de les disneylàndies, en la transformació dels museus, però també en la generalització dels telèfons mòbils i en els mitjans de realitat virtual emergents, hi ha indicis que anuncien prou tant el començament d'un nou solipsisme com un èxode cap a pràctiques culturals de portes enfora.

El temps lliure augmenta tant que el domicili ja no pot continuar localitzant-se principalment a casa. El creixement de l'esperança de vida, més la retallada gradual dels horaris laborals i l'accés més tardà al mercat de treball (per no parlar de l'atur endèmic), han fet que la proporció total de la mitjana de temps dedicada al treball vagi decreixent. L'any 1981, a la Gran Bretanya, hi havia 11,3 milions de persones de més de 60 anys; al final d'aquest segle la xifra haurà crescut molt poc: arribarà als 12 milions; però

només la meitat d'aquestes persones treballaran. Vint anys després hi haurà 20 milions d'habitants amb més de 60 anys, i un terç de la població total, molt més sana que no abans, tindrà més de 55 anys. Per a molts l'edat de jubilació baixarà encara més, i tindran encara 25 anys de vida després de deixar de treballar. A començament d'aquest segle la gent no podia esperar de viure més de cinc anys escarransits després de retirar-se.

A sobre, per a la majoria de la gent la jornada setmanal no ultrapassarà 35 hores, amb deu setmanes anuals de vacances. Potser la predicció més significativa, facilitada pel Henley Forecasting Centre, és que la mitjana d'anys treballats baixarà a 35. (A començament de segle era de 48). Així, la vida d'un home consistirà en 20 anys d'infantesa, educació i seguiment d'estudis o espera de feina, succeïts per 35 anys de treball i, finalment, per 25 de jubilació. Què es pot especular sobre els trets i les actituds d'una generació com aquesta? Qui ens podria dir res de les seves necessitats de lleure probables?

L'esbarjo dels treballadors. Pels volts del 2000 tothom qui tingui més de 50 anys haurà nascut en la post-guerra (mundial) i compartirà unes expectatives d'habitatge i d'educació prou elevades. El sentit d'alliberament respecte a unes èpoques passades (i tingudes per dolentes), que encara perviu als 90 en les nostres formes de comportament, s'haurà evaporat. Els mitjans hauran educat el públic en el desig de formes de satisfacció inesgotables. Sens dubte, les seves creences esdevindran més “verdes” i tindran temps de ser més inquiets socialment i moralment. Es tracta de la dominació de la població per aquest grup, ja nombrós, que empeny els supermercats a oferir una selecció de tres dotzenes de marques diferents d'aigua envasada. Es pot esperar que aquesta gernació es torni hostil al transport personal privat, i que estigui molt conscienciada del perill de passar el temps lliure sota un cel sense ozó. Potser la seva avidesa de triar convertirà els processos de selecció privada i d'individualització en característiques importants de la cultura en tots els ordres.

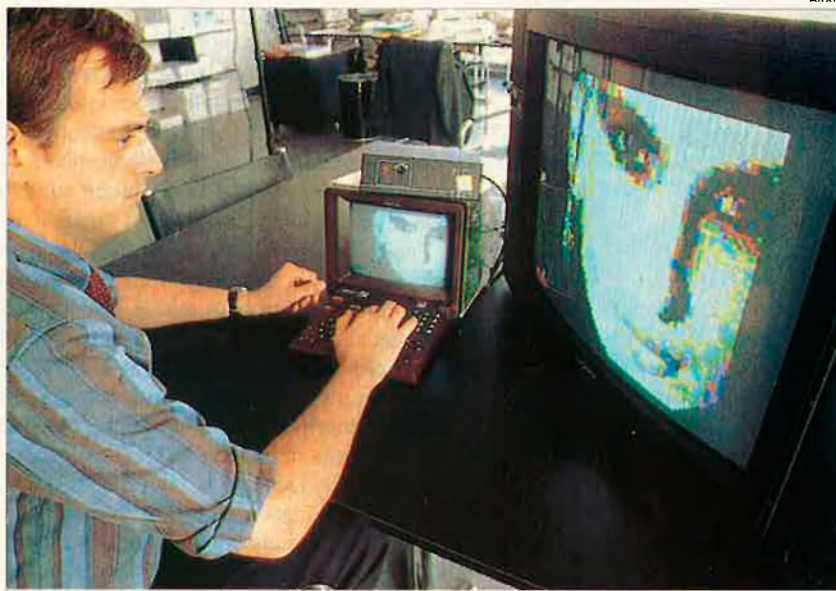
Així, doncs, hi ha dues tendències paral·leles, i diferents, que podrien caracteritzar la l'era vinent, pel que fa a l'esbarjo. D'una banda, tornaria l'experiència col·lectiva, grandiosa i espectacular, amb emplaçaments elegants i mitjans auxiliats per la tecnologia: seria el circ del segle XXI. L'estètica imperant exigirà, llavors, representacions completament convincents, tractin d'història, de fets contemporanis o de fantasia. De l'altra banda, podem preveure les conseqüències de l'acceptació popular de la interactivitat, virtualment inevitable. Si provem de lligar aquestes dues tendències –l'espectacle públic i la capacitat de tria individual–, arribarem a un punt mitjà d'incomptables tècniques vir-

tuals per a aconseguir l'accés a una experiència intangible, però completament fascinant, per a donar a l'individu solitari la sensació que presència un espectacle en la il·lusòria companyia de molta gent més. En algun lloc del Japó segur que algú ja barrina de valent sobre la manera de combinar VOD (*Video on Demand*) i VR (*Virtual Reality*).

La interactivitat en els mitjans d'informació implica tant la capacitat del receptor de triar el programa que li transmeten com la capacitat de controlar canvis de direcció dins mateix del programa. L'espectador podria contemplar un esdeveniment esportiu, en directe o enregistrat, i decidir d'interrompre'l per veure una entrevista amb el capità de l'equip o la repetició dels millors moments del partit que mira, en temps real o a càmera lenta. La companyia emissora també podria recollir apostes dels espectadors sobre l'equip guanyador i el resultat del partit que emetés en directe. Els serveis de VOD dependrien de la disponibilitat d'ingents reserves de pel·lícules i de programes enregistrats (amb tot el que això vol dir de contractes i d'obtenció dels drets d'emissió), i de la possibilitat d'informatitzar la manipulació i l'expedició de factures. La distància entre la possibilitat física d'un sistema com aquest i la seva realització seria almenys d'una generació.

Hi ha una companyia de cable al Canadà, anomenada Videotron, que ofereix als espectadors la possibilitat de triar els angles de visió dels xuts d'un partit de futbol, o que la càmera enfoqui un determinat músic d'una orquestra. La nova màquina CD-I de Philipps proporciona una incipient sensació de VOD, per tal com permet de triar "interactivament" material d'un CD introduït al receptor d'un televisor domèstic. Aquests dos exemples deixen entreveure el resultat de combinar una videoteca exhaustiva amb un sistema de selecció electrònica autènticament versàtil.

Un desenvolupament com aquest ha de dependre d'una xarxa de telecomunicacions i d'instal·lacions de contacte molt més nodrida. Una de les promeses electorals del president Clinton fou que revitalitzaria l'economia americana creant una "superautopista de la informació" comparable a la xarxa d'autopistes inter-estats construïda als anys 50. (No fóra pas desentertat de veure-hi una substitució del projecte de la Guerra de les Galàxies de Reagan.) De senador, Al Gore va batallar entusiàsticament durant una dècada per una superautopista de la informació. Ara l'administració Clinton ha presentat una proposta, de 5 bilions de dòlars, per a desenvolupar en quatre anys la programació necessària, i les companyies privades han començat a oferir-se per construir parts del sistema de transmissió. Ni les companyies telefòniques ni les de cable no estan encara preparades per a construir una autopista de la informació



plenament interactiva que vagi de costa a costa dels EUA, però hi ha indicis que pot arribar. A Cerritos (Califòrnia) la GTE ha presentat un sistema que permet als clients de pagar factures i de jugar a través d'un cable multicanal ordinari.

En un moment donat hom va creure que l'autopista de la informació només seria possible a base de molta fibra òptica en tots els enllaços —projecte que algú va calcular que resultaria caríssim—. Però ara comença a ser possible d'aconseguir molta més informació a través de les xarxes telefòniques existents amb la inclusió d'un simple senyal de vídeo, encara que no sigui d'alta definició. Científics de Bellcore (Livingston, Nova Jersey) són optimistes quant a la possibilitat d'assolir unes millores que reduïrien els costos d'implantar els mitjans necessaris per a difondre grans quantitats d'informació en dues direccions i interactivament. També és cert que, en aquesta última dècada, les tècniques de fibra òptica han servit per a crear Internet, una xarxa específica d'ordinadors que ha passat al domini públic a Amèrica, especialment en el món de l'educació i de la ciència.

Realitat virtual "de cabina". Els poders públics americans no s'encarregaran pas directament de crear aquesta xarxa. En contrapartida, sí que tenen intenció d'accelerar el finançament de la majoria dels costos de desenvolupament i de posar un límit a les incompatibilitats jurídiques entre les societats d'explotació de la televisió per cable i les companyies telefòniques que entrebanquen el progrés. Una reforma legislativa semblant engrescaria el sector privat a invertir més copiosament en les noves tecnologies. Això podria encoratjar, en un futur un xic llunyà, l'aparició d'un nou sistema nacional interactiu que permetés a cada llar d'accedir a tota mena de dades, des de catàlegs de bibliote-

“La vida d'un home consistirà en 20 anys d'infantesa, educació i seguiment d'estudis o espera de feina, successos per 35 anys de treball, i, finalment, per 25 de jubilació. Què es pot especular sobre els trets i les actituds d'una generació com aquesta?”

RAFA GIL



“La televisió d'alta definició no representa sinó una part dels canvis necessaris: només la numerització integral del conjunt de sistemes de vídeo i de televisió permetrà al món sencer d'entrar en una nova era de la imatge.”

ques i sistemes de facturació i d'administració generals als entreteniments més variats. L'objectiu és d'aconseguir que cada abonat pogués disposar d'un ample ventall d'opcions. I això vol dir desenvolupar un veritable mercat lliure electrònic, generalitzat a l'esfera domèstica.

El constant creixement del CD durant aquesta dècada fa real la conquesta d'una il·lússió acústica. Tenim la sensació de sentir la música en directe, no de sentir un enregistrament. Aquesta mateixa il·lússió, la trobem també veient imatges animades. Hom incita la gent a invertir en nous aparells de vídeo, bo i donant-los imatges com més va més intenses i captivadores. També s'han fet enormes inversions en el terreny de la televisió d'alta definició (TVHD), en aquests últims decennis. Des que la televisió de colors ha saturat els mercats occidentals, les empreses, els poders públics i els organismes de normalització japonesos i americans negocien la geopolítica de la TVHD.

La millora de la qualitat de la imatge i la seva transformació progressiva en “realitat virtual” no exigeixen tan sols una modificació del nombre de línies de la pantalla. La geometria també ha de canviar; ha de passar del quadrat al rectangle. El tub catòdic ha de ser substituït per alguna cosa més plana i més portàtil. Les imatges fetes en països diferents han de ser perfectament intercanviables i interconnectables a tot arreu del món. La televisió d'alta definició no representa sinó una part dels canvis necessaris: només la numerització integral del conjunt de sistemes de vídeo i de televisió permetrà al món sencer d'entrar en una nova era de la imatge. Paral·lelament al sistema de TVHD hi ha d'haver una televisió “intel·ligent”. Només això permetrà de capgirar els problemes dels qui s'escarrassen a engalipar el planeta perquè adopti un determinat estàndard.

La TVHD significarà una bona empenta en el

ARXIU



món cinematogràfic i televisiu, per als organitzadors d'espectacles a l'aire lliure i en l'àmbit de la publicitat i del teatre. Les imatges seran més convincents que no pas les aconseguides amb dues o tres dimensions. Poca gent ha experimentat encara la tan lloada realitat virtual, però no costa gaire dubtar de l'atractiu d'un espectacle en què el espectador ha de portar unes ulleres empipadores. D'aquí a alguns decennis, no és impossible que comenci a sorgir una espècie de realitat virtual (RV) en forma de cabines, probablement als centres comercials o als espais de lleure i, per què no?, a casa mateix. Amb la interactivitat i les biblioteques de programes informàtics, la RV pot esdevenir una tecnologia del lleure més que viable; en tot cas, segurament que acabarà atraient escriptors i artistes de talent.

Viatge al món antic. Seria una fita lògica d'un segle XX i la seva recerca insaciable de mitjans d'evasió i d'exaltació —recerca iniciada amb el *walkman*, primer a demostrar que el públic estava a punt d'acollir noves màquines que li captivessin, com una droga, cos i imaginació. L'individu de demà estarà certament subjecte a un aïllament més gran, però que li procurarà plaer, i els disneylandies solitàries del futur oferiran una alternativa estimulante a l'ociositat. Els *media* tradicionals, com ara els museus, en canvi, en podrien treure molt de profit de la realitat virtual, a base d'explorar meravellosament les eines de la semblança perfecta: el visitant podria desplaçar-se per la Galeria dels Miralls i transportar-se fins a l'antiga Grècia. També podria acudir al museu de la seva ciutat i passejar-se pels carrers i les places de temps era temps. Aquest mètode seria més eficaç que no pas les enfarfegoses guies parlades a disposició del públic d'exposicions i manifestacions culturals.

Tots aquests avenços no anuncien sinó un aspecte del daltabaix ocasionat per la informàtica en el món de la informació, de la ciència, del comerç, de la indústria i de la defensa. Però la forma i la utilització d'aquestes transformacions serà, essencialment, el lleure qui les modelarà. I és que la diversió reflecteix unes pulsions molt més profundes que no la demanda del mercat immediatament visible. La “revolució pel lleure” no serà pas un fet, contra allò que esperava un ministre britànic dels anys 80. De totes maneres, la indústria del lleure, juntament amb la de la sanitat, és la que més s'acosta als autèntics desigs de la gent i d'allò que està disposada a pagar per satisfer-se'ls. Com més el temps lliure esdevingui el problema (i l'horitzó) principal de sa vida, més diversió demanarà la pròxima generació. I l'enginy que demostraran els fornidors de noves formes de lleure serà indubtablement, el motor essencial dels grans avenços tecnològics.

Anthony Smith

Traducció: Dolors Terraza