

Los libros en Europa

La gestión de la creatividad en televisión. El caso de Globo Media, Javier Bardají y Santiago Gómez Amigo, Eunsa, Navarra, 2004.

El nacimiento de las televisiones autonómicas en los años ochenta y, sobre todo, la legalización de las cadenas privadas a comienzos de los noventa son dos hitos históricos en la historia de la televisión en España que tuvieron una consecuencia no menos trascendente: la aparición en el mercado audiovisual de productoras de televisión independientes. Me refiero a empresas como Gestmusic-Endemol (*Operación Triunfo*, *Crónicas marcianas*), Globomedia (*Médico de Familia*, *Los Serrano*), Producciones 52 (*Tómbola*), Zepelín TV (*Gran Hermano*), Pasusoka (*Goenkale*), Europroducciones (*¿Qué apostamos?*), Videomedia (*El precio justo*) o Cartel (*Los ladrones van a la oficina*). Responsables de buena parte de los grandes éxitos de la televisión, la importancia económica de estas empresas es tal que algunas de ellas están presentes en el mercado europeo o sudamericano e, incluso, parte de su accionariado pertenece a grandes grupos em-

presariales o bien a multinacionales, como Telefónica.

En el libro que comentarnos, *La gestión de la creatividad en televisión. El caso de Globo Media*, Javier Bardají y Santiago Gómez Amigo estudian la trayectoria de Globo Media. Globo Media nace en 1993 y hoy es la segunda empresa del sector, entre un total de más de ciento treinta. Aunque sólo el 25% de lo que rueda es ficción, este tipo de programas es el que le ha dado fama y el que le proporciona un 60% de sus ingresos. Es más, sus series (*Médico de Familia*, *7 vidas*, *Periodistas...*) ya han merecido una tesis por parte de Mario García de Castro.

En concreto, el libro de Javier Bardají y Santiago Gómez Amigo estudia el nacimiento de la compañía, su organización, sus objetivos y su estrategia. A continuación, presenta los productos generados por la empresa, haciendo hincapié en los de mayor calidad o innovación: *Caiga quien caiga*, *El informal*, *¿Qué me dices!* y las series citadas. En otro apartado, se describe la relación que Globo Media mantiene con las cadenas para las que trabajan y con el público. Finalmente, los autores fa-

cilitan los resultados económicos de la compañía durante el periodo 1993-1999 y cierran el libro con un capítulo destinado a las empresas que, junto con Globo Media, forman el Grupo Árbol: GECA, Supernovelty, Isac, etcétera.

En cierto sentido, se trata de una historia oficial, de una historia escrita desde dentro de Globo Media. Los autores, por ejemplo, utilizan información generada por la propia productora para su gestión interna y, además, ambos están o han estado vinculados con la compañía, bien a través de empresas del mismo grupo, como Santiago Gómez Amigo, director adjunto del anuario que publica GECA, o bien como clientes, como Javier Bardají, vinculado con Telecinco, Vocento y Antena 3. Esta «oficialidad» resta cierto carácter crítico el texto, saltándose los episodios más oscuros o menos edificantes, como la escisión de Globo Televisión en 1993 y el nacimiento a partir de ella de Zeppelin Televisión y Globo Media.

Esto me lleva a otra cuestión controvertida relacionada con el título: *La gestión de la creatividad en televisión. El caso de Globo Media*. ¿El contenido del libro obedece a su título o a su subtítulo? Es decir, ¿estamos ante un ensayo sobre la gestión de la creatividad en televisión, que toma a Globo Media como ejemplo? ¿O bien es

un ensayo sobre Globo Media, ejemplo de gestión de la creatividad? Por lo dicho más arriba, más bien parece esto último, aunque ciertamente hay partes más teóricas. Esta ambivalencia hace que el libro tenga algunas lagunas según el sentido que quiera dársele. Por ejemplo, si es un ensayo sobre Globo Media hubiese sido necesaria una mayor actualización de datos. Las cifras solo llegan hasta el año 1999, cuando la ampliación resulta muy fácil dado el vínculo de los autores con GECA. Asimismo, la figura de Emilio Aragón hubiese merecido mucha mayor atención. Con la excepción de José Luis Moreno, estamos, quizás, ante el único caso en España de una persona del mundo del espectáculo convertida en, digamos, un magnate. Los artistas de gran poder económico (o político) solo acostumbrados a verlos en Estados Unidos: Mary Pickford, Charles Chaplin, Ronald Reagan, Arnold Schwarzenegger...

En cualquier caso, el trabajo de Javier Bardají y Santiago Gómez Amigo es indispensable para comprender el funcionamiento de la televisión actual y, en el futuro, será una fuente de primera mano para escribir la Historia de la Televisión. Globo Media y algunas de las productoras ya mencionadas son hoy lo más parecido a lo que en otros tiempos fueron com-

pañías cinematográficas como CIFESA, Suevia o Bronston.

Emeterio Diez Puertas

La novia de Wittgenstein, Mario Boero Vargas. *Visión net*. Madrid, 2004, 201 pp.

Hace ya más de veinte años el profesor de lógica Alfredo Deaño introdujo a varias promociones de alumnos de la Universidad Autónoma de Madrid en la filosofía de Ludwig Wittgenstein (1889-1951). Recuerdo que en algún lugar escribió que era una lástima que Luchino Visconti no hubiera realizado una película sobre el filósofo. Hoy la bibliografía sobre este autor aborda tanto su producción intelectual como su biografía personal. Ambas se hallan sin duda mezcladas; con la curiosa peculiaridad de que al tiempo que Wittgenstein era enormemente honesto y autoexigente en su pensamiento filosófico consideraba que la sabiduría es fría y gris llegando a encubrir la vida, de suyo multicolor. La reticencia hacia la abstracción, que él inevitablemente practicaba en cuanto filósofo, explica en alguna medida algunos de los chocantes episodios extra e incluso antiacadémicos que protagonizó: sus trabajos como maestro de es-

cuela o jardinero en un convento; las recomendaciones a sus alumnos para que hicieran trabajos manuales; su concentración hasta los mínimos detalles en el trabajo que como arquitecto desarrolló para su hermana Gretl. Otra faceta multicolor de la existencia era, a su juicio, la religión. Como en otros terrenos de su existencia también en este caso las vivencias de Wittgenstein eran contradictorias. En ella veía una forma de enfrentarse y destruir su propia vanidad. También un oasis de sosiego entre las turbulencias de la vida cotidiana personal y social; no en vano vivió la disolución de la cultura del imperio austro-húngaro, el avance de una civilización basada en un concepto de progreso que no compartía, dos guerras mundiales y un mundo universitario que le desagradaba incluso físicamente. Sin embargo, la apertura a la religión –no como confesión religioso-dogmática sino como forma de relación con el mundo– le atemorizaba pues temía que la entrega a ella le llevara a la disolución. «No puedo arrodillarme para rezar porque mis rodillas están tiesas, por así decirlo», escribió en 1946.

«No puedo abrazarte ni besarte porque mis brazos están rígidos y mis labios yertos» sería una frase quizás no disparatada en una novela o en una película sobre Wittgenstein. El profesor Mario Boero

ha realizado en el libro que comentamos una interesante aproximación a la figura del filósofo desde una ficción que se nos antoja improbable: la de que hubiera mantenido una relación de noviazgo con una muchacha llamada Margarita Respinger. No por ser ella en concreto sino por ser una mujer y, sobre todo, porque como escribe Boero a Wittgenstein debieron repugnarle los moldes impuestos. Además, la intangibilidad corpórea de Wittgenstein, su aura *noli me tangere* parece incompatible con el noviazgo. Sin embargo, la ficción construida por Boero resulta verosímil al destacar que hubiera sido una relación problemática en la que Margarita hubiera sufrido mucho pues, como Wittgenstein confesó, su ideal vital estaba presidido por una indiferencia capaz de tener a raya los elementos pasionales. Fuego y hielo, en tensión. Implicación y desapego. A través de la novelización *La novia de Wittgenstein* presenta, a veces mediante la cita de textos del filósofo, algunas de sus posiciones intelectuales y vitales, sin correr el riesgo de tomar por realidad lo que es ficción. Pero permitiendo también que se encarne, aunque sea ficticiamente, uno de los rasgos más creíbles de su personalidad: la necesidad de *conversión*. La insatisfacción de Wittgenstein hacia su propia personalidad, hacia su filosofía pero

también ante la conducta de otros, le llevaba a desear el cambio de las conductas. Es más, la implacabilidad con que se juzgaba a sí mismo, la aplicaba también a veces de forma desabrida ante los demás como cuando rechazaba a los alumnos con aspiración de «turistas» que pretendían a veces frecuentar ocasionalmente sus clases. El libro de Boero resulta iluminador en su presentación de este aspecto de la figura de Wittgenstein: su anhelo de conversión, ser de otra manera a la búsqueda de una pureza ansiada pero sólo raramente entrevista. Aspiración por tanto a un vivir cotidiano, concreto, no mermado por el distanciamiento de la especulación filosófica y, sin embargo, pleno de madurez intelectual. Pero también de pesimismo, pues, escribió en otra ocasión: «lo que sueña un hombre casi nunca se cumple».

La novela de formación y peripetia, Miguel Salmerón, Antonio Machado libros, Madrid, 2002.

Los años de aprendizaje de Wilhelm Meister (1796) de Goethe, *Heinrich von Ofterdingen* (1802) de Novalis, *América* (1912) de Kafka, o *La montaña mágica* (1924) de Thomas Mann son ejemplos notables de la denominada novela de formación. A ellas, junto con otras,

dedica Miguel Salmerón –profesor de Estética en la Universidad Autónoma de Madrid– la segunda parte del estudio que presentamos. Sólo estos recorridos pueden abrir el apetito del lector. Pero esperamos que ese hambre se avive al explicar que los análisis citados –como los que hace de obras de Moritz, Jean-Paul, Musil, Hesse o Handke– se hallan precedidos por una primera parte en la que se realiza un interesante recorrido a través de la idea de *Bildung* y del concepto de novela de formación.

Salmerón usa el término *Bildung* recogiendo la idea característicamente alemana de formación corporal y espiritual. Analizando los precedentes filosóficos del término haya en Meister Eckhart la postulación de la necesidad de ser causa de sí mismo. Este concepto, quizá próximo al más moderno de autonomía, pone de relevancia el conflicto siempre latente en los protagonistas del *Bildungsroman* tal como lo presentó Hegel: la novela como epopeya moderna y burguesa en la que los ideales del sujeto son constreñidos por las limitaciones que presenta la familia, el Estado y la sociedad burguesa. Conflicto que constituye una prueba de fuego en la que se curte y es configurado tanto el protagonista como las ideas que éste se hace sobre la configuración del mundo. Efectivamente, es posible que en

la novela de formación se plantee igualmente ir más allá del carácter y los objetivos meramente individuales de su personaje central para hacerse presentes problemas colectivos. Con ello se recoge uno de los planteamientos filosóficos de la idea de *Bildung* tal como se encuentra en Wilhelm von Humboldt: «la primera regla de la auténtica moral es fórmate a ti mismo y la segunda deja huella en los demás a partir de lo que tú eres».

El ser humano, como afirma Salmerón, se debate en este tipo de construcciones literarias entre su incapacidad para controlar el azar y la voluntad de dominarlo. Ahora bien, lo que caracteriza a la novela de formación es que la exposición del desarrollo vital del individuo es el objetivo de la narración y no, únicamente, la consecuencia de las acciones que se relatan. En este sentido, el *Bildungsroman* intenta controlar lo azaroso. Uno de los ensayistas que se han ocupado del género, Christian Blackenburg (1774), escribía que en la novela se deben unificar los avatares que acaecen al hombre mediante correlaciones de causa y efecto. Para ello, es necesario que el carácter de un personaje –pensemos en el Törless de Musil o en el Demian de Hesse– sea tratado preferentemente al de los demás. Ello dota también al escritor del beneficio de la denominada omnisciencia del narrador.