

# “Network” (1976), el lado negativo de la televisión

escrito por Ignacio Ilundain | 10 febrero, 2024

*Network (Un mundo implacable)* es una película estrenada en 1976 que fue dirigida por Sidney Lumet. El guion, de Paddy Chayefsky, ha sido considerado por la crítica como uno de los mejores de la historia del cine. La película cuenta con la participación de Peter Finch (como Howard Beale), Faye Dunaway (Diana Christensen) y William Holden (Max Schumacher) en los papeles principales.

Un famoso y veterano presentador de noticias, Howard Beale, es despedido por el fuerte declive de su programa. Al día siguiente, comunica que se va a suicidar en directo. Tras el revuelo causado, vuelve al programa para disculparse ante la audiencia, pero empieza a lanzar exabruptos que conectan con la ira contenida de los espectadores. La cadena utiliza su creciente fama y lo convierte en un *showman*, figura central de una nueva forma de hacer televisión en un programa que contará con secciones de astrología o prensa amarilla. La película narrará su popularidad creciente mostrándonos los entresijos de la televisión y de la gran empresa, hasta su caída y trágico final.

## El payaso: las verdades de un loco

Actuando como un predicador airado, Howard Beale expresa su hartazgo con una vehemencia que conecta con la audiencia. Su fama lleva a la cadena a presentarlo como “el profeta iracundo de las antenas”. En sus monólogos grita “verdades”, aunque esta clarividencia está unida a un deterioro de su salud mental evidente. Son las “verdades de un loco”.



Un *showman* como él se sitúa en los márgenes de la sociedad, como lo hicieron bufones y payasos. Son personajes divertidos, que hacen reír, a los que se permite hablar a gritos criticando a los poderosos. Ponen voz a lo que en el fondo la ciudadanía piensa, y en este caso, utilizando el privilegiado “púlpito” de la televisión. Beale tiene mucha **influencia social al salir en televisión** como subrayan dos veces sendos personajes de la historia. Este poder lo utilizará para paralizar una decisión de empresas poderosas al urgir que los espectadores envíen telegramas a la Casa Blanca pidiendo que se prohíba el acuerdo.

Pasados unos meses, los espectadores se cansarán de tanta diatriba. Tras comprender que es el dinero lo que mueve el mundo tal como se lo hace ver el gran magnate, dueño último de la cadena de televisión, Beale hablará en su programa de las miserias de todos. Criticar a los poderosos es divertido y gratificante, pero el que le recuerden a cada uno la miseria existencial de su vida ya no lo es. El payaso se vuelve incómodo y deja de ser aceptado.

A Howard Beale se le empezó a escuchar cuando anunció que se iba a suicidar en el programa, algo que [ocurrió](#) en realidad en 1974 cuando una presentadora se disparó en directo. Este hecho trágico fue el punto de partida que usó el guionista para esta

historia. En la película este anuncio sirve para llamar la atención, lo que la cadena utiliza para **captar una audiencia creciente** y deseosa de **consumir sensaciones fuertes**.



Peter Finch en «Network»  
(1976)

Darse muerte es una forma extrema de llamar la atención que puede obedecer a motivaciones diferentes. La **llamada de atención** de los presentadores se dirige a ellos mismos, a la presión a la que están sometidos. Algo muy diferente en su intención, son los casos de quienes se queman a lo bonzo para denunciar una injusticia, como el caso de Jan Palach en 1969 en Praga (narrado en la serie *Burning Bush* de 2013, comentada [aquí](#)), o el personaje de Domenico, ese otro loco de *Nostalgia* (Tarkovski, 1983; comentario, [aquí](#)) que se quema a sí mismo mientras denuncia la pobre vida que llevamos en esta sociedad. Pero ambos casos plantean preguntas: ¿estamos tan dormidos, somos tan mediocres, tenemos tantos miedos... que hacen falta estas extremas llamadas de atención? A veces sí caemos en la cuenta y despertamos, pero pronto volvemos a olvidarnos. Tal parece nuestra condición.

En *Network*, los gestos iniciales de hartazgo e **ira** van formando parte del espectáculo televisivo. Las peroratas divierten, se hacen desde un programa de **entretenimiento**, pasando así a formar parte del sistema que se pretende criticar. Es una de las formas de miseria que [denunciaba](#) Pascal al ver en ese gusto por el entretenimiento perpetuo (*divertissement*) una forma de olvido voluntario de nuestros problemas.

## La televisión y la trivialización

Sabemos de la importancia de los niveles de audiencia. Las televisiones privadas necesitan de la publicidad para sostenerse, y esta se pagará más si los programas son más vistos. Captar audiencia y mantenerla es un objetivo prioritario.

Lo que llamamos “telebasura» (*trash TV*) nace en Estados Unidos en los años 80. Para captar más audiencia, se busca el sensacionalismo: el gusto por lo violento, el hurgar en el dolor ajeno, la pseudociencia que alimenta la credulidad, el informar sobre lo morboso, el cotilleo... La película se hace eco de esta tendencia incipiente que tendrá un desarrollo fortísimo en décadas posteriores.

Un personaje destacado en *Network* es Diana Christensen (Faye Dunaway) quien se da cuenta del potencial televisivo del nuevo Howard Beale. Aupada por los buenos resultados, convence a los responsables de la cadena para hacer un *reality show* sobre una banda terrorista que se presta a ello para financiarse y dar a conocer su mensaje. **Todo lo convierte en espectáculo.** Solo importa el nivel de la audiencia. Si sube, está bien.

*Network* es una fábula satírica en la que el personaje de Diana está dibujado con rasgos hiperbólicos. Su manera de comportarse y ver el mundo es el de la mala televisión a la que ella da forma. Una forma de ser irreal que ha olvidado el sentido de lo humano tal como le recuerda su amante, ya mayor, Max Schumacher (William Holden):

*Si me quedo a tu lado me destruiré(...)Eres el aspecto negativo de la televisión, eres indiferente al sufrimiento, insensible a la alegría. La vida para ti se reduce a cosas triviales. Guerra, asesinato, muerte. Todo esto para ti no significa nada. La vida cotidiana para ti es una comedia corrupta. Incluso troceas la sensación del tiempo, del espacio, y los conviertes en segundos y réplicas instantáneas. Tú eres la*

*locura, Diana. Una locura virulenta. Y todo cuanto tocas muere contigo. Pero yo no. No mientras pueda sentir el dolor, el placer, y el amor.*



Faye Dunaway y William Holden en «Network» (S. Lumet 1976)

La televisión es un medio de comunicación. Su misma naturaleza y estructura modulan la presentación de los contenidos. Antes de ella existían las películas y obras de teatro que se iban a ver a las salas de cine y teatros. Con la televisión, la pantalla, mucho más pequeña, está en casa. Antes de la televisión se oían en la radio los noticieros. Con la televisión vemos a los locutores e imágenes sobre aquello que informan que antes solo se veían, y muy poco, antes de ver la película en la sala de cine. Antes, mucho antes, había charlatanes de feria que contaban historias, los circos... Esas representaciones de carácter muchas veces lúdico ahora también están en la televisión. Por otro lado, se empiezan a transmitir competiciones deportivas, se hacen documentales de todo tipo... La experiencia cotidiana de la vida parece ampliarse al asistir a la representación de muchísimas cosas que antes quedaban en lo desconocido para la inmensa mayoría.

Aparecen muchas cadenas de televisión que compiten entre sí por captar la audiencia. Hay que **ofrecer lo que los demás no ofrecen**: ser mejores, dar exclusivas... Se intensifica una dinámica en la que lo llamativo y lo original empiezan a percibirse como algo necesario y, por lo tanto, como un objetivo a conseguir. Se intentará captar la audiencia por la

**calidad** de los profesionales y de los programas elaborados, y por la capacidad de entretenimiento. Según sea el tipo de programa, el peso de **entretenimiento** será algo más directamente buscado o no. Pero será algo que siempre estará presente.

Hay dimensiones de la calidad que se van a poner en entredicho con la aparición del sensacionalismo. La baja calidad de la televisión calificada como “basura” se refiere, por un lado, a los contenidos, y sobre todo, a la perspectiva desde la que se tratan asuntos serios. El problema se agudiza cuando esta lógica sensacionalista parece atravesar todo programa que se haga en la televisión, lo que pervertirá cualquier contenido al fijarse en detalles intrascendentes o queriendo provocar escándalo sin haber razón para ello.

La acusación de trivializar que hemos leído en la cita de arriba es fuerte. Hasta lo más serio y trágico pierde realismo y espesor al tratarlo según el proceder sensacionalista. Todo se banaliza y se exagera. Todo pierde significado, como dice Max Schumacher. Según esto, la televisión no presenta la realidad, sino una ilusión fantasmagórica de la misma.

## Los efectos en los ciudadanos

La capacidad influyente de este medio de comunicación es pasmosa. Uno de los discursos de Howard Beale explica bien los efectos de todo ello a los espectadores que, según las estadísticas que utiliza, ni leen libros ni periódicos.

*La televisión no es la verdad. ¡La televisión es solo un maldito parque de atracciones! La televisión es un circo, un carnaval, una troupe de acróbatas viajeros, contadores de cuentos, bailarines, cantantes, malabaristas, raros domadores de leones y jugadores de fútbol. Es una fábrica para matar el aburrimiento (...) Jugamos con ilusiones, inada es verdad! Pero ustedes se quedan ahí sentados día tras día día, noche tras noche. Gentes de todas las edades, colores y credos... Somos lo*

único que conocen. Están empezando a creer las ilusiones que estamos rodando aquí. Están empezando a pensar que la televisión es la realidad y que sus propias vidas son irreales. ¡Hacen todo lo que les dice el televisor! (...) ¡Esto es locura en masa! En nombre de Dios, ¡ustedes son seres reales! ¡Nosotros somos las ilusiones!



En estas palabras se hace una distinción nítida entre ilusión y realidad. La ilusión es mera apariencia de realidad. Por mucha sensación de realidad que los pintores quieran dar a sus bodegones, las manzanas pintadas no se comen. Pero aquí no se trata de confundir la apariencia con la realidad. Se trata de la **pérdida de espesor de lo real y de la vida**. Según Beale, podemos llegar a creer que nuestras vidas son vacías en comparación con las de la pantalla. Estas fascinan, las nuestras son grises. Frente al impacto de las vidas “perfectas” de la televisión podemos pensar que nuestras vidas no son del todo reales porque nos parecen imperfectas, vacías, grises, aburridas.

*Network* nos invita a pensar sobre el poder de encantamiento de la televisión, sobre su capacidad de influencia y su tendencia a convertir todo en un espectáculo de entretenimiento que favorezca el empobrecimiento de nuestras vidas. La televisión, como recuerda el protagonista, no es la verdad, sino una ilusión. Todo esto recuerda algunas tesis de *Cultura y simulacro* (*Simulacro y simulación* en el original francés, de

Jean Baudrillard, 1981; una síntesis, y la cita que sigue, [aquí](#)).

*Las cafeterías de los parques temáticos, por ejemplo, o de las zonas turísticas, simulan una cafetería italiana: manteles a cuadros blancos y rojos, buen pan regado con aceite de oliva, pasta, pizzas y tal vez camareros estridentes que gesticulen con la mano. Cuando los turistas, conocidas ya las «cafeterías italianas», acuden a Italia, esperan que las cafeterías allí sean como las que ya han visto; y estas, para satisfacer su demanda y no provocar su enfado, acatan y se convierten. De modo que las cafeterías italianas, que eran las cafeterías que había en Italia, acaban simulando algo que no eran: las cafeterías italianas creadas en el resto del mundo a imitación de un ideal inexistente. Eso es la hiperrealidad.*

Un contrapunto a todo esto. En *La rosa púrpura del Cairo* (1985), Woody Allen muestra la evasión que favorecen las películas donde “todo es perfecto”. Por lo menos, en el rato en el que vemos la película, podemos olvidarnos de la dura realidad. Lo ingenioso de esta película es que el personaje que atraviesa la pantalla descubre que su vida es la que no tiene densidad, que lo real es la vida de la espectadora y no la de la pantalla cuando cae en la cuenta que su realidad es la de ser una mera representación, algo meramente imaginado, que es un personaje, no una persona.

## **Epílogo**

El comienzo exitoso del “profeta” Howard Beale puso voz y palabra a una ira contenida que se convirtió en el lema de su programa:

*¡Estoy más que harto y no puedo seguir soportándolo!*

Creo que el guion tiene una lógica coherente indiscutible, que

va **de la ira** que se expresa en este grito **al desinterés** de los telespectadores ante los últimos discursos que la vuelve a soterrar. La ira está ahí pero el sistema social que la provoca es capaz de digerirla y, tras convertirla en un producto de consumo, sofocarla.

La ira es un tema digno de interés que explica parcialmente el auge contemporáneo de los populismos. Hay ira y asco que provienen del miedo imperante, como ha explicado con brillantez Martha Nussbaum en *La monarquía del miedo* (original de 2018), algo que debemos tener en cuenta. Algo en lo que habría que profundizar.