

# Treball de Fi de Grau

## Títol

Los *mass media* en la Trilogía de la Glaciación de Michael Haneke y su relación con la violencia.

## Autoria

Albert Díaz González

## Professorat tutor

**Iliana Ferrer Rodríguez**

## Grau

Comunicació Audiovisual	X
Periodisme	
Publicitat i Relacions Públiques	

## Tipus de TFG

Projecte	
Recerca	X

## Data

01/6/2021

# Full resum del TFG

## Títol del Treball Fi de Grau:

<b>Català:</b>	Els <i>mass media</i> a la Trilogia de la Glaciació de Michael Haneke i la seva relació amb la violència.			
<b>Castellà:</b>	Los mass media en la Trilogía de la Glaciación de Michael Haneke y su relación con la violencia.			
<b>Anglès:</b>	The mass media in Michael Haneke's Glaciation Trilogy and its relationship with violence.			
<b>Autoria:</b>	Albert Díaz González			
<b>Professorat tutor:</b>	Iliana Ferrer Rodríguez			
<b>Curs:</b>	2018/19	<b>Grau:</b>	<b>Comunicació Audiovisual</b>	X
			<b>Periodisme</b>	
			<b>Publicitat i Relacions Públiques</b>	

## Paraules clau (mínim 3)

<b>Català:</b>	<b>Michael Haneke, Violència, Mass media, Trilogia de la Glaciació.</b>
<b>Castellà:</b>	<b>Michael Haneke, Violencia, Mass media, Trilogía de la Glaciación.</b>
<b>Anglès:</b>	<b>Michael Haneke, Violence, Mass media, Glaciation Trilogy.</b>

## Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

<b>Català:</b>	Aquest treball pretèn analitzar la presència i importància dels <i>mass media</i> dins de la Trilogia de la Glaciació de Michael Haneke i la relació que l'autor estableix entre aquests i la violència a la seva ficció.
<b>Castellà:</b>	Este trabajo pretende analizar la presencia e importancia de los <i>mass media</i> dentro de la Trilogía de la Glaciación de Michael Haneke y la relación que el autor establece entre estos y la violencia en su ficción.
<b>Anglès:</b>	This study aims to analyze the presence and importance of the mass media in Michael Haneke's Glaciation Trilogy and the relationship that the author establishes between media and violence in his fiction.



# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>4</b>
1.1 OBJETIVO GENERAL .....	4
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	5
<b>2. MARCO TEÓRICO: EL CINE DE HANEKE Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>6</b>
2.1 MICHAEL HANEKE .....	6
2.2 TRILOGÍA DE LA GLACIACIÓN .....	6
2.3 <i>MASS MEDIA</i> .....	8
2.4 LA VIOLENCIA .....	10
<b>3. METODOLOGÍA .....</b>	<b>13</b>
3.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	15
3.2 OBJETOS DE ESTUDIO .....	15
3.3 FICHA DE ANÁLISIS Y SISTEMA DE CODIFICACIÓN .....	16
3.3.1 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	17
3.3.2 PLATAFORMA MEDIÁTICA .....	18
3.3.3 CARACTERIZACIÓN .....	19
3.3.4 RELACIÓN CON LA VIOLENCIA .....	21

<b>4. RESULTADOS</b> .....	22
4.1 LA TRILOGÍA DE LA GLACIACIÓN .....	22
4.1.1 <i>MASS MEDIA</i> .....	22
4.1.2 TELEVISIÓN .....	23
4.1.3 RADIO .....	24
4.1.4 PERIÓDICOS Y REVISTAS .....	25
4.1.5 PUBLICIDAD .....	25
4.1.6 VIOLENCIA .....	25
4.2 <i>EL SÉPTIMO CONTINENTE</i> .....	26
4.2.1 <i>MASS MEDIA</i> .....	26
4.2.2 TELEVISIÓN .....	27
4.2.3 RADIO .....	27
4.2.4 PERIÓDICOS Y REVISTAS .....	27
4.2.5 PUBLICIDAD .....	28
4.2.6 VIOLENCIA .....	28
4.3 <i>EL VÍDEO DE BENNY</i> .....	29
4.3.1 <i>MASS MEDIA</i> .....	29
4.3.2 TELEVISIÓN .....	29
4.3.3 RADIO .....	30
4.3.4 PERIÓDICOS Y REVISTAS .....	31

4.3.5 PUBLICIDAD .....	31
4.3.6 VIOLENCIA .....	31
4.4 <i>71 FRAGMENTOS DE UNA CRONOLOGÍA DEL AZAR</i> .....	32
4.4.1 <i>MASS MEDIA</i> .....	32
4.4.2 TELEVISIÓN .....	33
4.4.3 RADIO .....	33
4.4.4 PERIÓDICOS Y REVISTAS .....	33
4.4.5 PUBLICIDAD .....	34
4.4.6 VIOLENCIA .....	34
4.5 ANÁLISIS CUALITATIVO DE <i>EL SÉPTIMO CONTINENTE</i> .....	35
4.6 ANÁLISIS CUALITATIVO DE <i>EL VÍDEO DE BENNY</i> .....	37
4.7 ANÁLISIS CUALITATIVO DE <i>71 FRAGMENTOS DE UNA CRONOLOGÍA DEL AZAR</i> .....	38
<b>5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....</b>	<b>39</b>
<b>6. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>43</b>
<b>7. ANEXOS .....</b>	<b>44</b>

# 1. INTRODUCCIÓN

Michael Haneke es un autor que propone un cine reflexivo, en ocasiones, de carácter casi ensayístico y metafílmico. Sus películas pretenden mostrar diferentes problemáticas de la sociedad contemporánea, creando más preguntas que respuestas con el fin de que su audiencia sea la encargada de atender a dichas cuestiones desde un punto crítico. En sus tres primeras grandes obras cinematográficas - *El Séptimo Continente* (1989), *El Vídeo de Benny* (1992) y *71 Fragmentos de una Cronología del Azar* (1994) - se realiza una tesis clara sobre la presencia y el impacto de la violencia en la sociedad occidental contemporánea. Por este motivo, la crítica engloba estos tres filmes bajo el término "Trilogía de la Glaciación" (Baez & Chataignier, 2020; García, 2008; Brunette, 2010; Escobar, 2016; Imbert, 2007), ya que su gran eje temático, el análisis de nuestra sociedad a través del lenguaje fílmico, es claro y compartido.

Haneke es un cineasta que ha sido estudiado en múltiples ocasiones, el estado de la cuestión es amplio y ramificado. Existen varias investigaciones no tan solo de su cine en general, sino de la Trilogía de la Glaciación en particular. Entre las obras que se encuentran en la bibliografía de esta investigación podemos hallar estudios sobre el impacto de los *mass media* en sus ficciones, la caracterización de la violencia exhibida o los elementos estéticos recurrentes.

Con este trabajo nos proponemos realizar un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo sobre la presencia de los *mass media* en la Trilogía de la Glaciación y su correspondiente relación con la violencia que aparece a lo largo de las tres obras. Este estudio esclarecerá, a partir de los datos extraídos del análisis de los tres filmes, cómo es esta presencia, qué importancia tiene en términos de minutaje y hasta qué punto el autor une los medios de comunicación con la violencia.

## 1.2 OBJETIVO GENERAL

El autor muestra a los medios de comunicación masivos (*mass media*) como una de las principales causas de este auge de la violencia y su consiguiente banalización dentro de la sociedad. Como defiende Susano (2016):

(...) Haneke reconoce que la función de los media no sólo es de entretenimiento y diversión, sino que también es educativa y tiene efectos perjudiciales en la ética, la política y la moral del espectador, ya que si la estética y la ética son indisolubles, además de que manipulan a través de la sensibilidad y el placer, los media determinan el comportamiento de los espectadores. (p.52)

El director austríaco retrata la infiltración de los medios de comunicación masivos en nuestras vidas señalando las transformaciones que éstos provocan en la sociedad. Dichas transformaciones se traducen en la trivialización de la violencia que, a su vez, provoca un distanciamiento con la realidad. Los personajes de estas tres películas adoptan una postura fría, o "glaciar", ante la violencia, pareciendo exentos de los efectos éticos y morales de la brutalidad que les rodea. Así pues, el **objetivo general** de esta investigación se basa en analizar esta Trilogía de la Glaciación centrándonos en la presencia de los *mass media* y su relación con la violencia dentro de la misma.

### 1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Determinado el objetivo general del trabajo, cabe enunciar los distintos objetivos específicos que compondrán la investigación. Se busca entender la importancia de los *mass media* dentro de la obra de Michael Haneke cuantificando y caracterizando su presencia, así como mantener una relación con el tema principal de la violencia.

Por lo tanto, los objetivos específicos de la investigación que darán respuesta al objetivo general son los siguientes:

1. Analizar la presencia y la relevancia de los *mass media* en las tres películas que componen la Trilogía de la Glaciación de Michael Haneke.
2. Identificar, clasificar y caracterizar cada uno de *mass media* que aparecen dentro de las tres películas que componen la Trilogía de la Glaciación de Michael Haneke.
3. Establecer la relación entre la presencia de los *mass media* y la violencia dentro de las tres películas que componen la Trilogía de la Glaciación de Michael Haneke



## 2. MARCO TEÓRICO: EL CINE DE HANEKE Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### 2.1 MICHAEL HANEKE

Michael Haneke nació en 1942 en la ciudad alemana de Munich, pese a que se crió en Wiener Neustadt, Austria. Estudió teatro, filosofía y psicología en la universidad de Viena mientras se dedicaba a publicar críticas literarias y cinematográficas. Trabajó durante dos décadas tanto en la televisión alemana como en la austríaca antes de realizar su primer largometraje pensado para ser estrenado en los cines: *El séptimo continente* (1989). Tras esta película, Haneke realizó *El Vídeo de Benny* (1992) y *71 fragmentos de una cronología del azar* (1994) con las que, según la crítica especializada, formó la llamada *Trilogía de la Glaciación*. Su siguiente obra, *Funny Games* (1997) retomaba temas ya tratados en dicha trilogía, como la reflexión sobre la violencia, pero jugando con el lenguaje metadiscursivo. Tras este filme, estrenó *Código Desconocido* (2000) y *La Pianista* (2001), consiguiendo con ésta última el Gran Premio del Jurado en Cannes. Fue con *Caché* (2005) cuando por fin consiguió el prestigio internacional tras conseguir el premio a mejor director en Cannes y los de mejor película y mejor director en los Premios del Cine Europeo. Tras realizar su propio *remake* americano de *Funny Games* (1997) con *Funny Games U.S.* (2007), Haneke ganó la Palma de Oro y el Globo de Oro a mejor película extranjera con *La cinta Blanca* (2009), que sigue siendo hasta la fecha su única película histórica. En 2013 se hizo con el premio Óscar a mejor película en habla no inglesa gracias a su filme *Amor* (2012), película que acabó por consagrarlo como director reconocido, ya que también ganó de nuevo la Palma de Oro en el Festival de Cannes, dos Globos de Oro, el BAFTA a mejor película extranjera y varios Premios César, entre otros galardones.

### 2.2 TRILOGÍA DE LA GLACIACIÓN

El reputado cineasta Michael Haneke consiguió ya desde su primera obra captar la atención de la crítica y del público, así como asentar las bases temáticas de su cine. Diversos críticos y autores especializados defienden que sus tres primeras películas se pueden englobar bajo el término *Trilogía de la Glaciación*. Baez & Chataignier (2020) afirman que:

*El Séptimo Continente* compone, junto a *El vídeo de Benny* (1992) y *71 fragmentos de una cronología del azar* (*71 Fragmente einer Chronologie des Zufalls*, 1994), la llamada "Trilogía de la Glaciación". Producida en un contexto en el que Austria estaba entrando en la Unión Europea, introduce un elemento central en el cine de Haneke: la violencia. (p. 174)

Dicha trilogía, el nombre de la cual alude a un tono narrativo crudo y gélido (García, 2018), trata una serie de temas que sobrevuelan las tres cintas. *El Séptimo Continente* (1989) está basada en un hecho que sucedió realmente en Austria donde una familia burguesa de clase media decidió deshacerse de todos sus bienes materiales para, posteriormente, suicidarse. En el filme se alude de una forma clara al colapso en términos filosóficos de la clase media europea, así como a las ideas de felicidad, riqueza y bienestar. En *El vídeo de Benny* (1992) el espectador es testigo directo del asesinato que comete Benny, un adolescente obsesionado con su propio equipo de vídeo, quién acaba culpando a sus propios padres del delito, pese a los esfuerzos previos de estos por intentar ayudarlo a ocultar las pruebas. Este largometraje ahonda en la idea de la "glaciación" en la clase burguesa europea, la cual es capaz de realizar atrocidades y maleducar a sus hijos con el único fin de mantener su *estatus quo*. También se realiza un análisis sobre la relación entre la realidad y su representación, infiriendo en la gran importancia de esta última. Por último, en *71 fragmentos de una cronología del azar* (1994) Michael Haneke nos vuelve a plantear una historia basada en un suceso real ocurrido en Austria, donde un universitario mató a disparos a varias personas dentro de una sucursal bancaria sin motivo aparente. El filme está compuesto por 71 secuencias donde se muestran momentos previos en la vida de diversos personajes implicados en tiroteo final, víctimas y verdugo. De nuevo, el autor austríaco disecciona la sociedad contemporánea europea para demostrar lo frágil y vulnerable que resulta ante actos sin una lógica aparente como lo es un asesinato en masa. También nos señala que dicha sociedad tampoco está exenta de culpa en las motivaciones del individuo que asesina.

Como podemos observar los temas que rodean el cine de Haneke son de tipo sociológico. A través de su arte ha reflexionado sobre multitud de temas, dándole una gran importancia a la violencia. Brunette, P. (2010) afirma que:

En parte, como estos temas tan generales nos son familiares, uno de los aspectos más interesantes de las películas de Haneke hasta la última parte de su carrera ha sido el "subtema" sobre el rol específico de los media contemporáneos en la creación de una alineación social. Sin embargo, lo más importante ha sido su compleja y multifacética exploración de la violencia. (p.2)

La Trilogía de la Glaciación da una gran importancia a la figura de los *mass media* tanto de forma directa como de forma indirecta, aludiendo en gran parte de su metraje a la influencia de estos en nuestra vida cotidiana.

### 2.3 MASS MEDIA

Como hemos mencionado en el punto anterior, a Michael Haneke le preocupa, mostrándolo a través de su obra, la inferencia de los medios de comunicación en la vida personal del individuo que vive en una sociedad interconectada. Los teóricos de la comunicación afirman lo siguiente:

Los medios de comunicación también son una industria o una empresa, un poder importante en el espacio individual, familiar y social; mediadores políticos que canalizan y crean opinión pública (elemento decisivo en el proceso de elaboración de las políticas públicas); instrumentos de cultura y vehículos de difusión de obras culturales; mecanismos a través de los cuales los individuos perciben el mundo que los rodea. Los medios de comunicación son cada vez más actores centrales para el funcionamiento del sistema político y su estudio es clave para comprender las dinámicas que se dan en él y en el modo en que los ciudadanos se vinculan a las instituciones políticas. (Freidenberg, 2004, p. 1).

Los personajes de la Trilogía de la Glaciación se mueven en un mundo intoxicado por los medios de comunicación masivos. Fuera de la ficción, según García (2018) el televisor se convierte en el aparato encargado de difundir una propaganda basada en mensajes inspirados por la sociedad de consumo y, a su vez, en un instrumento perfecto para mostrar la visión de un mundo en un estado eterno de guerra y caos. Lo mismo ocurre con la radio y la prensa escrita, sistemas de transmisión de información constante sobre un mundo que parece estar sumido en el conflicto. El autor austríaco es plenamente consciente de ello, hasta el punto en que su cine resulta una reflexión profunda sobre la banalización de lo real y la disminución de la capacidad de experiencia por parte del espectador, hecho que explica que los acontecimientos que muestran las pantallas se reciban como algo separado del contexto real del receptor (Maiso Blasco, 2004).

De esta banalización de la violencia por parte de los personajes del cine de Michael Haneke, podemos enlazar la relación constante entre los dos conceptos que dan lugar a este trabajo: violencia y *mass media*. Como describe Grønstad (2008), Haneke, a parte de ser un autor claramente anti-Hollywood, está obsesionado con la representación de la violencia en los *mass media*. Sus películas dan una gran importancia a la violencia, tanto a la que muestran las televisiones como a la que llevan a cabo sus personajes. De hecho, en algunas partes de

sus filmes, como defiende Maiso Blasco (2004), las diferentes formas de representar la violencia, ya sea a través de los medios de la ficción o a través de la acción "real", se utiliza una forma de representar el acto violento en ambos casos que resulta indistinguible para el espectador, hecho que dificulta su diferenciación en algunos casos concretos. Diferenciaremos en este trabajo entre los dos contenidos que propone el autor a través de los conceptos que desarrolla García, P. F. (2018), quien afirma que:

Gracias a este rasgo expresivo, el cineasta bávaro sostiene que el espectáculo audiovisual no es un suplemento al mundo real, de ahí que elabore un juego dialéctico entre las **imágenes fílmicas** y las **catódicas**; así nos ayuda a pensar en una lectura de doble dirección: las imágenes televisivas construyen el relato de la realidad y al mismo tiempo esta construye el relato audiovisual. (p.22)

Por imágenes catódicas comprenderemos, pues, todas aquellas que sean representadas a través de un televisor o pantalla dentro de la propia ficción y por imágenes fílmicas, todas aquellas que formen parte de la "realidad" ficcional, es decir, aquello que los personajes hacen en la película. Siguiendo la teoría de García (2018) que defiende que el ejercicio metatextual que propone el autor llega hasta el punto de trascender las imágenes catódicas mediante una proyección explícitamente metatextual y autorreferencial (p. 122-123). En esta metatextualidad encontramos uno de los elementos discursivos más destacables del cine de Haneke, lo que García (2008) define como "proyección metafílmica" (p. 123), y que nosotros llamaremos: el plano metafílmico. Este tipo de plano se basa en grabar directamente la televisión, ya sea en primer término, tan solo la pantalla o desde una determinada distancia, pudiendo observar el escenario que envuelva al aparato. En la mayoría de casos en que el cineasta realiza este tipo de plano podemos oír el contenido televisivo y, a su vez, aquello que ocurre en la estancia en la que se encuentra el televisor que emite las imágenes. Este ejercicio metadiscursivo ubica al espectador de la película como receptor de aquello que muestra la pantalla, colocándolo en una posición de "doble espectador" enfatizando la importancia de los medios y de los discursos fílmicos. Sobre esta metatextualidad Haneke (2012) dice que:

Intento aportar una dimensión autorreflexiva a todas mis películas. Y eso las une a la literatura alemana del fin de la II Guerra Mundial. Después de que los nazis demostraran ser unos auténticos expertos explorando los medios de comunicación - mucho más que Eisenstein en lo que respecta a la propaganda -, los intelectuales

entendieron lo mucho que podía manipularse a la gente a través la literatura y el cine. En mi opinión, es lo que empujó a los grandes escritores en la lengua alemana a producir una literatura que, tal como Adorno puso de relieve, reflejaba sus propios medios de expresión, les servía de espejo y ofrecía al lector la libertad de comprender que estaba ante una obra de arte y no ante la realidad. Mis películas pertenecen naturalmente a esta corriente. (p.64)

Ciertamente, esta manera de explicitar el discurso metatextual a través de los *mass media* le sirve de respaldo al autor para reflexionar y ahondar plenamente en lo relativo a la violencia, otro de sus grandes ejes de su obra.

## **2.4 LA VIOLENCIA**

Estamos acostumbrados como espectadores a que el cine contemporáneo nos sirva altas dosis de violencia en películas, incluso, muy lejanas a los géneros *gore* o de terror.. Pero el cine, a lo largo de su historia, ha usado la violencia como una herramienta para diferentes fines. Como resalta Orellana (2015):

(...) la violencia en el cine nació como necesidad argumental, como ilustración didáctica de contenidos moralizantes o ideológicos, y con un objetivo distinto de sí misma. Su aparición en la pantalla no era gratuita sino que formaba parte esencial de las intenciones argumentales y del contenido que se quería transmitir. Este planteamiento se fue desarrollando a lo largo del siglo XX, hasta dar obras maestras en las que la violencia se convierte precisamente en el argumento central o más importante del film, siempre -insistimos- como medio para un fin de tipo normalmente moral, político o social. A veces incluso está presente implícitamente y no como un contenido visual. (p.93)

El cine de Michael Haneke prescinde de ese valor moralizante, rehuendo de cualquier atisbo de provocación. Existe una crítica tras sus imágenes violentas, las cuales tampoco se acercan al planteamiento visceral y sangriento de otros creadores. Como Delgado (2006) afirma, "la violencia tratada de una forma justa convierte la película en un objeto insoportable" (p.60). El realismo impregna las cintas, colocando al espectador en una posición incómoda, ya que, muchas veces los actos violentos que ocurren en la realidad no responden a nada, hecho que desasosiega al espectador. Respecto a esto, Delgado (2006) defiende que "las películas de Haneke no pretenden aportar una respuesta a nada. No van más allá, es el espectador quien va más allá por su cuenta y busca esa respuesta. Es ese espectador que se remueve incómodo en la butaca quien llegará a sus propias conclusiones" (p.60).

Teniendo en cuenta el carácter amoral y crítico de su violencia, el autor austríaco realiza una doble lectura. Como defiende Imbert (2007), "en Haneke el planteamiento es deliberadamente posmoderno. En su visión, la violencia ha llegado a formar parte de la cultura cotidiana: está inscrita en los hábitos de consumo de imágenes, multiplicadas por la tecnología" (p. 48). Esto se enlaza directamente con el punto anterior, los *mass media* como agente interventor violento en la vida cotidiana. Sobre esta cuestión, Haneke (2012) argumenta que:

El informativo solo habla de catástrofes, violencia y sufrimiento. Y las películas de ficción añaden espectacularidad a eso, hasta el punto de hacernos perder el sentido de la realidad. Si no se conoce personalmente la violencia física - y por suerte es el caso de la mayoría de personas en Europa -, es muy fácil para un niño confundir la transformación de la violencia en espectáculo con la realidad. (...) No digo que toda la responsabilidad deba recaer en los medios. Sería ridículo. Pero me parece innegable que los medios son en parte responsables de la evolución de la violencia en la vida diaria. (pp. 166-167)

Con esta visión tan contundente por parte del autor sobre los *mass media* y su relación sobre la violencia podemos entender como directas las alusiones al tema dentro de su ficción y justificar, por lo tanto, la naturaleza de nuestro trabajo. Haneke parte de una posición crítica, señalando en cada una de las películas de la Trilogía de la Glaciación a unos medios de comunicación de masas como conductores directos de la violencia en nuestra sociedad. Los personajes de la Trilogía de la Glaciación, en cada una de sus películas, cometen actos violentos después de haber sido bombardeados en multitud de escenas por

un aluvión de información y contenidos de los *mass media*. Las pantallas de televisión, las voces de la radio, las noticias de la prensa escrita o los eslóganes publicitarios rodean a los protagonistas durante todo el metraje, llenándoles la cabeza, al igual que a nosotros, los espectadores, con mensajes externos y lejanos sobre cuestiones que poco tienen que ver con sus vidas reales. Escobar (2016) subraya que Haneke pretende mostrarnos hasta que punto esta sobreexposición de los *mass media* en nuestra vida diaria nos desensibiliza ante la violencia y puede llegar a crear "monstruos" como Benny, el protagonista de la segunda película de la Trilogía de la Glaciación *El vídeo de Benny* (1992).

Cuando los personajes de la Trilogía de la Glaciación, pues, cometen un acto violento podemos vislumbrar las técnicas del autor para mostrarnos dicha violencia. Imbert (2007) argumenta que la visión de Haneke para mostrar el acto violento es frontal, muestra más que narra, sin necesidad de dramatizar de forma efectista. Y, al mismo tiempo, no suele mostrar el acto en sí, sino que utiliza el fuera de campo. Esta decisión aleja sus filmes del propósito de entretener. Se propone mostrar la violencia lejos de la morbosidad que supone ver como la violencia hace sus estragos en un cuerpo humano, sino plasmando tan solo el horror y dolor humanos que hay tras esa acción. A Haneke le interesa más qué sucede después de un asesinato que la manera en cómo la víctima de tal suceso muere. En el caso de la Trilogía de la Glaciación, además, lo que horroriza al espectador no es el acto violento siquiera, sino la frialdad con la que actúan los personajes que lo protagonizan. Delgado (2006) defiende que:

La angustia sin límites, la desolación máxima, la asfixia. El horror de unas escenas carentes de horror. De una elipsis de imágenes aterradora y desesperante. Las películas de Haneke no pretenden aportar una respuesta a nada. No van más allá, es el espectador quien va más allá por su cuenta y busca esa respuesta. Es ese espectador que se remueve incómodo en la butaca quien llegará a sus propias conclusiones.

(p.60)

Otra de las características importantes en sus películas respecto a la violencia es la naturaleza burguesa de sus personajes. Baez & Chataignier (2020) afirman que "a través de la clase social de sus personajes, Haneke parece sugerir que nadie es inmune a la violencia, una idea que se refuerza con el tiempo que tarda en mostrar sus caras al espectador" (p.80). Esta característica resalta la imposibilidad de escapar de la violencia de la sociedad. Las circunstancias económicas y sociales de los protagonistas son las que el sistema vende como ideales, pero, pese a eso, su mundo está podrido por dentro, se resquebraja por completo cuando estos personajes toman conciencia de sí mismos y de lo que les rodea. Además, esta despersonalización que supone no mostrar la cara de los actores hasta que ha pasado una

buena parte del metraje no nos sitúa ante un personaje en concreto, sino ante un ser humano, razón por la cual la obra de Haneke toma una concepción ensayística, puesto que no observamos las acciones de alguien en concreto, sino del ciudadano medio europeo contemporáneo.

En definitiva, Haneke propone en sus Trilogía de la Glaciación una violencia desgarradora para el espectador porque deshumaniza el dolor, genera rechazo a partir de la falta de empatía y del desprendimiento del lenguaje fílmico tradicional. Sobre esto, Imbert (2007) dice que:

Es una violencia naturalizada, integrada en la relación con el mundo y con el otro, donde lo lúdico ha desalojado toda emoción que no sea la del vértigo del juego, donde el goce inmediato y regresivo impide todo sentimentalismo; un mundo primario que vuelve a un estadio pre-social: ceremonia macabra, donde el ritual se ha despojado de toda dimensión simbólica, para limitarse a un puro juego, en su máxima gratuidad, en el que ya no cabe ninguna posibilidad de sentido. (p.46)

Encontramos en el cine de Haneke una nueva manera de entender la violencia dentro del cine. Además, la relación que sostiene el autor con los *mass media* es clara y representativa, hecho que justifica por completo la realización de esta investigación.

### **3. METODOLOGÍA**

Este trabajo "*Los mass media en la Trilogía de la Glaciación de Michael Haneke y su relación con la violencia*" pretende primeramente:

- a) Reconocer los estudios, investigaciones y análisis previos sobre nuestro objeto de estudio.
- b) Relacionar los conceptos básicos propuestos por los autores de los estudios mencionados con nuestros objetivos para acotar el diseño de nuestro instrumento de análisis

Esta búsqueda y posterior revisión bibliográfica es el primer paso de la investigación. Toda la información recopilada, así como algunos términos exactos definidos por los autores,



sobre la Trilogía de la Glaciación de Michael Haneke serán herramientas clave para nuestro estudio. Utilizamos, pues, los presentes recursos y estrategias para identificar los estudios que se emplean:

- Repertorios de revistas científicas de comunicación y cine accesibles en formato electrónico.
- Libros específicos sobre las materias o el autor.
- Buscadores online de bibliografía especializada.

Las palabras clave utilizadas para la búsqueda de información y la elección de los estudios que forman parte de nuestra bibliografía han sido:

- *Mass media* en el cine de Michael Haneke.
- Trilogía de la Glaciación.
- Estética de la violencia.
- Cine y violencia

Una vez realizada la revisión bibliográfica, se procedió a definir el método que se utilizaría para alcanzar los objetivos de este trabajo de fin de grado. Nuestro estudio parte de perspectiva metodológica cuantitativa, a través del análisis de contenido. Esta técnica de investigación nos permitió examinar la presencia de los medios de comunicación y su relación con el tema de la violencia en los filmes que componen la Trilogía de la Glaciación de Michael Haneke. Se apuesta por este tipo de análisis más objetivo para dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas.

La técnica de análisis de contenido es, según Krippendorff (1990), "una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto" (p.28). Es por ello, que antes de plantear unas conclusiones o reflexiones sobre la cuestión era importante plantear de forma más específica qué queríamos obtener de la muestra. Con los objetivos específicos claros se realizó la ficha de análisis con unas variables capaces de dar respuesta a las preguntas iniciales. Creamos una matriz con el fin de codificar las variables a través del visionado activo de la muestra. Tras dicha codificación, ordenamos los resultados obtenidos creando tres tablas de datos para cada película y otra para la trilogía como conjunto. Después, se calculó en porcentajes de minutaje los resultados obtenidos para, por último, poder interpretarlos.

### 3.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

En correlación directa con los objetivos específicos expuestos en el punto anterior, se exponen las preguntas de investigación que los motivan:

1. ¿Cuánta presencia tienen los *mass media* en los filmes que componen la Trilogía de la Glaciación de Michael Haneke?
2. ¿Cuáles son las plataformas (mediáticas) más utilizadas en los filmes que componen la Trilogía de la Glaciación de Michael Haneke?
3. ¿Cuál es el tipo de contenido exhibido en los *mass media* que está más presente en los filmes que componen la Trilogía de la Glaciación de Michael Haneke?
4. ¿Son los *mass media* un canalizador de violencia dentro de las ficciones que propone Michael Haneke?
5. ¿Son las imágenes catódicas un medio canalizador de la violencia dentro de las ficciones que propone Michael Haneke?
6. ¿Están los *mass media* presentes en las escenas de violencia de las películas de Michael Haneke?

### 3.2 OBJETOS DE ESTUDIO

Los objetos de estudio de esta investigación son:

- *El séptimo continente* (1989) de Michael Haneke ["*Der siebente Kontinent*"]
- *El vídeo de Benny* (1992) de Michael Haneke ["*Benny's Video*"]
- *71 fragmentos de una cronología al azar* (1994) de Michael Haneke [*71 Fragmente einer Chronologie des Zufalls*]

Como ya se ha mencionado anteriormente, la elección de estas tres películas de entre toda la filmografía del autor se debe a una asociación temática que supuso, por parte de la crítica especializada, la creación de una trilogía no oficial llamada "La Trilogía de la Glaciación". Dicha trilogía expone un retrato sobre la sociedad contemporánea haciendo hincapié en algunos temas y elementos pertinentes para nuestra investigación como son la presencia de los *mass media* en el cine de Michael Haneke y la relación de estos con la violencia.

Esta relación entre violencia y *mass media* en el cine del autor austríaco se ha hecho presente en esta investigación gracias a los pasos previos descritos en los siguientes puntos del trabajo dónde se explicarán de forma extendida y clara.

### 3.3 FICHA DE ANÁLISIS Y SISTEMA DE CODIFICACIÓN

Para el análisis de la presencia de los *mass media* dentro de la Trilogía de la Glaciación se ha desarrollado una ficha de análisis que contiene las variables de estudio organizadas en cuatro bloques. El primer bloque corresponde a la Definición y Operacionalización de las variables, dónde se especificará a qué escena, película y minutaje exacto corresponden cada una de las secuencias escogidas, haciendo un breve resumen también sobre lo que sucede a nivel narrativo en dicha secuencia. El segundo bloque hace referencia a la Plataforma mediática, dónde se señalarán los *mass media* que aparezcan en la secuencia seleccionada, ya sea literalmente o de forma eludida. Además, se indicará la duración exacta de la presencia del medio de comunicación en la escena. El tercer bloque nos muestra la caracterización de nuestro análisis, concretando cómo es la presencia del *mass media* que aparece en la secuencia seleccionada, así como también se categorizará el contenido emitido por éste. El último bloque corresponde a la Relación con la violencia, dónde se definirá qué tipo de violencia existe en la secuencia seleccionada y si ésta tiene alguna relación con algún *mass media* que pueda aparecer en escena. Para la nomenclatura de este apartado se han utilizado como referencia las categorías propuestas por García (2018), autor expuesto en el marco teórico.

Cabe destacar que se ha tomado como unidad de análisis cada secuencia dónde aparece de forma literal o eludida la figura de los *mass media*.

**Tabla 1. Ficha de Análisis**

<p><b>FICHA DE ANÁLISIS</b></p> <p>DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1) N° Escena</li><li>2) Película</li><li>3) Título Escena / Breve descripción</li><li>4) Minutaje de inicio y fin</li></ol> <p>PLATAFORMA MEDIÁTICA</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1) Televisión</li><li>2) Radio</li><li>3) Periódicos y revistas</li><li>4) Publicidad</li><li>5) Duración</li></ol>
---

## CARACTERIZACIÓN

- 1) Televisión con audio inteligible
- 2) Televisión con imagen inteligible
- 3) Plano *metafílmico* del contenido televisivo
- 4) Radio con audio inteligible
- 5) Periódicos y revistas con texto legible
- 6) Publicidad inteligible
- 7) Tipo de contenido televisivo
- 8) Tipo de contenido radiofónico

## RELACIÓN CON LA VIOLENCIA

- 1) Violencia catódica
- 2) Violencia fílmica
- 3) Tipo de violencia catódica
- 4) Presencia de los *mass media* en la violencia fílmica

Fuente: elaboración propia

### 3.3.1 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

#### 1. Número de escena:

Todas las escenas van numeradas según su orden de aparición sin retomar la cuenta al inicio de cada película, con el fin de comprender los resultados del análisis como un constructo de toda la trilogía. Es decir, la primera escena de la segunda película no volverá a ser la "Escena 1", sino que tendrá como número el siguiente al de la última escena de la primera ficción. El análisis se hace en sentido cronológico del estreno de cada película:

#### 2. Película

Se determina la película a la cual pertenece cada escena con su título traducido al español, lo que permitirá establecer comparaciones entre ellas.

- 1) *El séptimo continente* (1989) de Michael Haneke [*"Der siebente Kontinent"*]
- 2) *El vídeo de Benny* (1992) de Michael Haneke [*"Benny's Video"*]
- 3) *71 fragmentos de una cronología al azar* (1994) de Michael Haneke [*71 Fragmente einer Chronologie des Zufalls*]

### **3. Título Escena / Breve descripción**

Se resume de forma escueta pero clara y descriptiva lo que ocurre a nivel argumental en la escena analizada. Esta descripción sirve como herramienta cualitativa para contextualizar la presencia del *mass media* dentro de la trama de la película.

### **4. Minutaje de inicio y fin**

Se plasma el minuto y segundo exacto de inicio de la escena delimitada, así como el final de esta, dentro del metraje total de la película analizada. Esta categoría nos sirve para localizar la escena estudiada en el momento que corresponde a las valoraciones finales de la investigación.

### **3.3.2 PLATAFORMA MEDIÁTICA**

#### **1. Televisión**

Esta variable pretende evidenciar la presencia de la televisión en la escena escogida con una respuesta cerrada que consiste en: "Sí (1)"; "No (2)". No se diferenciará en este punto concreto la naturaleza del contenido televisivo o la importancia de la propia televisión en la escena. Se trata de una identificación simple, entendiendo como una presencia afirmativa de la televisión la propia imagen de esta, el audio del contenido que emite o su presencia de forma eludida (luz de la pantalla en el rostro de un personaje, plano en escorzo del aparato en silencio, etc.).

#### **2. Radio**

Variable cerrada que nos muestra si existe la presencia de la radio en la escena delimitada, respondiendo con: "Sí (1)"; "No (2)". Se aceptará como "presencia de la radio" todas aquellas escenas que muestren la propia imagen de esta o el audio inteligible o no de su programación.

#### **3. Periódicos y revistas**

Esta variable dará respuesta a si existe una presencia de los *mass media* de prensa escrita en el relato fílmico escogido a través de una variable cerrada: "Sí (1)"; "No (2)". Se entenderá por presencia afirmativa la imagen de periódicos o revistas independientemente de si sus contenidos son o no legibles.

#### **4. Publicidad**

En esta variable se señalará si existe o no la presencia de publicidad dentro de cada película de la Trilogía de la Glaciación gracias a una respuesta cerrada: "Sí (1)"; "No (2)". Se entiende por publicidad todos aquellos soportes físicos o electrónicos que aparecen en el relato y

que están destinados al marketing: vallas publicitarias, carteles, eslóganes, etc. No se entenderá como publicidad y, por lo tanto, no entrará dentro de los parámetros de esta variable, todos aquellos contenidos publicitarios que puedan mostrar los soportes de las otras categorías de esta misma ficha de análisis: televisión, radio, periódicos y revistas. Tampoco se entenderá como publicidad la exhibición de marcas o logotipos reconocibles dentro de la ficción.

## **5. Duración**

En esta categoría se pondrá la duración exacta, en minutos y segundos, de la presencia del elemento destacado en la escena estudiada, independientemente de la relación con el minutaje total de la película. Este parámetro nos sirve, una vez se han analizado todas las escenas, para realizar un porcentaje exacto de cada una de las variables en relación tanto al metraje de cada film como al total de la Trilogía de la Glaciación.

### **3.3.3 CARACTERIZACIÓN**

#### **1. Televisión con audio inteligible**

En esta categoría se entenderá por "Televisión con audio inteligible" todas aquellas escenas donde el diálogo, música o locución del programa emitido por la televisión puedan comprenderse perfectamente. Será una variable independiente a la que corresponde con el vídeo inteligible y se medirá con una respuesta cerrada: "Sí (1)"; "No (2)".

#### **2. Televisión con imagen inteligible**

Esta categoría distinguirá si el contenido visual que emite la televisión dentro de la ficción se muestra o no al espectador real. Se trata de una variable independiente a la que corresponde con el audio inteligible y se medirá con una respuesta cerrada: "Sí (1)"; "No (2)".

#### **3. Plano *metafílmico* del contenido televisivo**

Como define Pérez Marín (2008) Haneke enfatiza en "El uso de lo audiovisual en lo audiovisual, del cine en el cine (metacine): utilización de la televisión, de sus imágenes como algo normal y rutinario, como un personaje más que nos acompaña cada día. Las imágenes dejan de ser representaciones de lo real para convertirse en la única realidad. Dejan de ser meras representaciones" (p. 287). Atendiendo a este hecho, es importante introducir una variable en nuestro análisis que hable de esta metatextualidad que Romero (2009) acuña con el nombre de *metafílmico*: "Este fenómeno, conocido como *metafílmico* o *metacinematográfico*, abarca alusiones, reflexiones, guiños o citas de un texto fílmico dentro de otro, así como la muestra del artificio, de todo su engranaje interno o el proceso de recepción de los espectadores" (p.1).

Distinguiremos en esta categoría la existencia de "planos *metafilmicos*" en el cine de Haneke, entendiendo todos aquellos planos que muestren directa y exclusivamente los contenidos que emite la pantalla de la televisión, dándole una relevancia extraordinaria. La respuesta a esta variable será cerrada: "Sí (1)"; "No (2)". No se hará distinción entre contenido televisivo (*mass media*) e imágenes catódicas propias de un circuito de grabación cerrado, tan solo se tendrá en cuenta la existencia del plano ya mencionado.

#### **4. Radio con audio inteligible**

En esta categoría se entenderá por "radio con audio inteligible" todas aquellas escenas donde el diálogo, música o locución del programa emitido por la radio puedan comprenderse perfectamente. Se medirá con una respuesta cerrada: "Sí (1)"; "No (2)".

#### **5. Periódicos y revistas con texto legible**

Esta categoría discernirá entre las escenas que muestren de forma clara el contenido escrito en los periódicos y revistas de la ficción, ya sean titulares, noticias enteras o publicidad. La respuesta será cerrada y se procesará con: "Sí (1)"; "No (2)".

#### **6. Publicidad inteligible**

En esta categoría se entenderá por "publicidad inteligible" todas aquellas escenas que muestren un anuncio comprensible para el espectador sobre un soporte distinto a la televisión, la radio, los periódicos y las revistas. La respuesta será cerrada y se medirá con: "Sí (1)"; "No (2)".

#### **7. Tipo de contenido televisivo**

En esta categoría se realizará una subdistinción sobre el contenido que muestre la televisión en cada escena. Las variables serán cerradas y distinguirán entre: "Informativo (3)"; "Entretenimiento (4)"; "Circuito cerrado (5)". Se entenderá por "Informativo" todo aquel contenido televisivo basado en la distribución de noticias. Se entenderá por "Entretenimiento" todo aquel producto televisivo que tiene como finalidad divertir o recrear al espectador y que emita la televisión de la escena estudiada. Se entenderá por "Circuito cerrado" aquel contenido catódico que muestre el televisor o pantalla de la escena que no pertenezca a una emisión en directo de los *mass media*, sino a un circuito cerrado de televisión.

#### **8. Tipo de contenido radiofónico**

Esta variable realizará una subdistinción sobre el contenido que emita la radio en cada escena. Las variables serán cerradas y delimitarán el contenido por: "Informativo (3)"; "Entretenimiento (4)". Se entenderá como "Informativo" cualquier contenido radiofónico

que gire entorno a la distribución de noticias. Se entenderá por "Entretenimiento" cualquier otro contenido radiofónico que tenga como finalidad divertir o recrear al oyente.

### **3.3.4 RELACIÓN CON LA VIOLENCIA**

#### **1. Violencia Catódica**

En esta categoría se tratará de dar respuesta si la violencia representada en la escena se muestra a través de la imagen catódica. Tal y como describe García (2018): "(...) el cineasta bávaro sostiene que el espectáculo audiovisual no es un suplemento al mundo real, de ahí que elabore un juego dialéctico entre las imágenes fílmicas y las catódicas; así nos ayuda a pensar en una lectura de doble dirección: las imágenes televisivas construyen el relato de la realidad y al mismo tiempo esta construye el relato audiovisual" (p.122). Entendiendo la importancia de este doble relato que propone el autor austríaco, será importante delimitar si la imagen catódica está estrechamente relacionada con la violencia del filme. Se entenderá, pues, por "violencia catódica" todo aquél acto violento representado a través de un televisor o pantalla, ya sea por la emisión de un informativo, una ficción o bien se trate de un circuito cerrado. La respuesta a esta variable será cerrada y consistirá en: "Sí (1)"; "No (2)".

#### **2. Violencia fílmica**

Esta categoría distinguirá si la violencia representada se exhibe a través de la imagen fílmica. Se entenderá por "violencia fílmica" toda aquella violencia que se muestre en el filme de forma directa, es decir, sin una pantalla o televisor como intermediario. La respuesta será cerrada y se procesará con: "Sí (1)"; "No (2)".

#### **3. Tipo de violencia catódica**

En esta categoría se delimitará la naturaleza de las imágenes violentas que muestren las pantallas o televisores del filme, aludiendo a si se trata del contenido propio de un *mass media* (reportajes de guerra, imágenes de un informativo, escenas violentas de una ficción televisiva, etc) o si se tratan de un circuito cerrado. La respuesta será cerrada y se formulará mediante: "*Mass media* (6)"; "Circuito Cerrado (7)".

#### **4. Presencia de los *mass media* en la violencia fílmica**

Se plasmará en esta variable si existe una presencia de los *mass media* dentro de la escena fílmica violenta. Se entenderá por "presencia" toda aquella inclusión de cualquier soporte de los *mass media* emitiendo o mostrando cualquier contenido propio de estos ya sea de forma inteligible, ininteligible, diegética o extradiegéticamente. La respuesta será cerrada y se computará con: "Sí (1) ; No (2)"



## 4. RESULTADOS

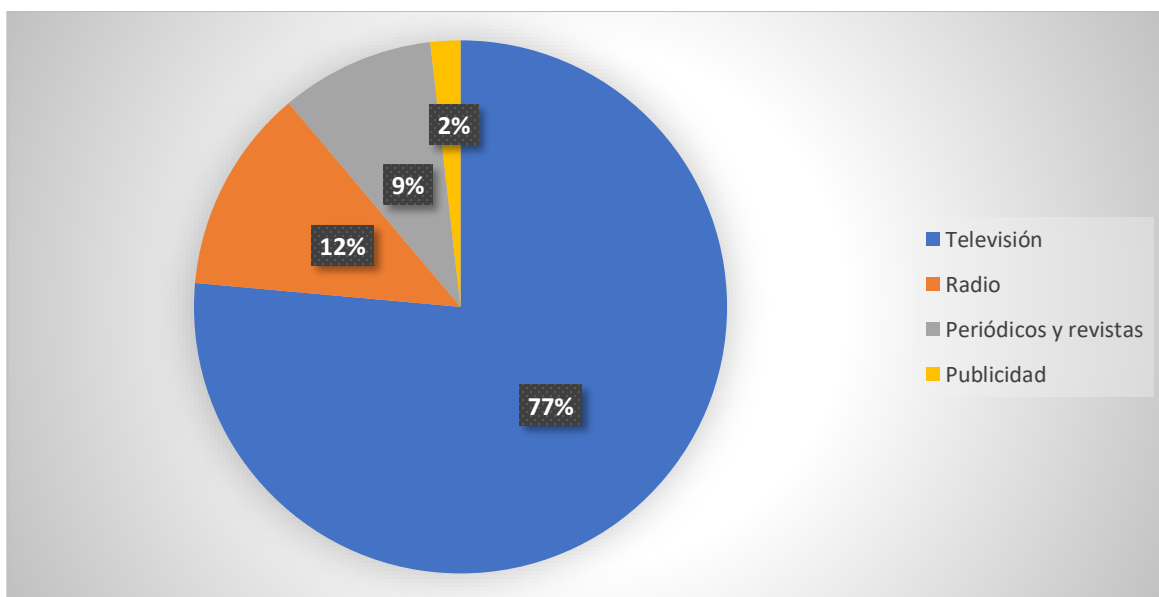
### 4.1 LA TRILOGÍA DE LA GLACIACIÓN

El objetivo principal de este estudio es analizar la presencia de los *mass media* dentro de los filmes que componen la Trilogía de la Glaciación, de Michael Haneke, así como su relación con la violencia y la naturaleza de esta. En este apartado se presentarán los resultados obtenidos a través de la técnica del análisis de contenido. Se realizará primero la interpretación de los resultados de la trilogía entera para después escudriñar los resultados particulares de cada película por orden cronológico.

#### 4.1.1 MASS MEDIA

Nuestro análisis sobre la presencia de *mass media* en la Trilogía de la Glaciación da lugar a una serie de datos relevantes. Su presencia es de un 33,21% sobre el minutaje total de la trilogía. En datos absolutos, esto significa que los *mass media* aparecen en la trilogía, ya sea de forma eludida o literal, un total de 1 hora, 46 minutos y 18 segundos (01:46:18). Tomando como referencia el tiempo total en el que aparecen medios de comunicación de masas en las tres ficciones, podemos observar que la televisión es el medio con mayor presencia, tanto de forma eludida como de forma literal en toda la trilogía, con un 76,43%. El segundo *mass media* que tiene más presencia durante las tres películas es la radio con un 12,42%, seguida de los periódicos y revistas con un 9,33% y, por último, de la publicidad con tan sólo un 1,82%.

**Gráfico 1: Porcentaje de la presencia de los mass media en la Trilogía de la Glaciación\***



**Fuente: elaboración propia**

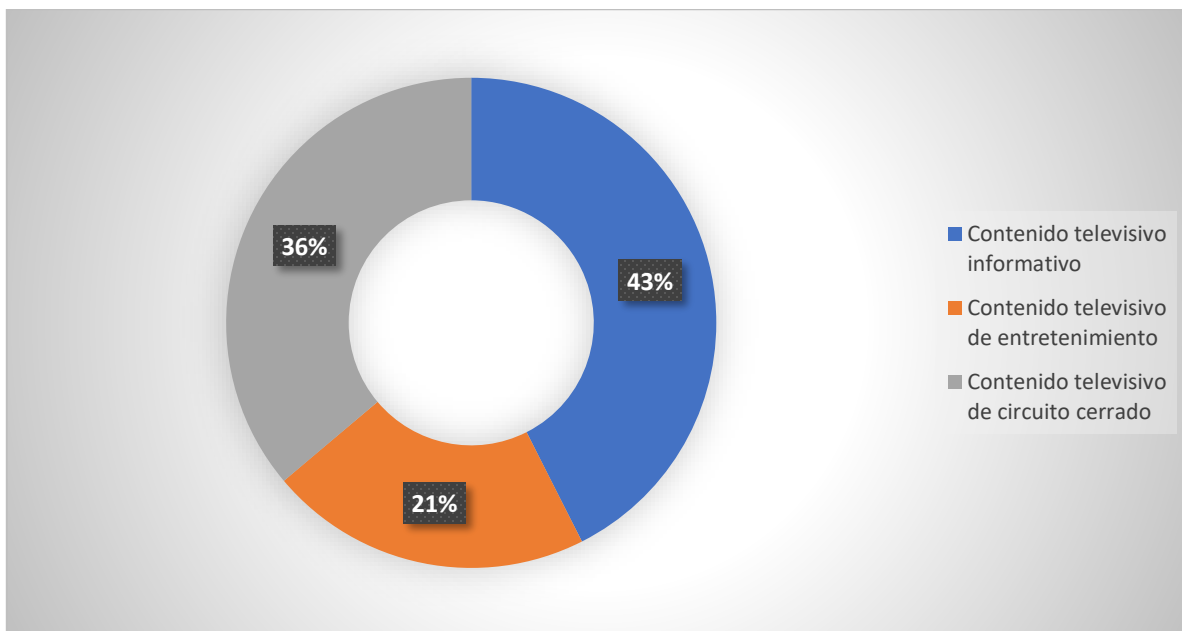
\* Porcentaje de presencia de cada medio sobre el total de minutos que aparecen los *mass media* en las películas de la muestra

#### 4.1.2 TELEVISIÓN

En cuanto a la televisión, el medio de comunicación de masas más utilizado por Michael Haneke en su Trilogía de la Glaciación, hemos extraído múltiples resultados. Sobre el minutaje total de las tres películas juntas, la presencia de la televisión ocupa el 25,39% del tiempo, es decir, aparece durante 1 hora, 21 minutos y 15 segundos (01:21:15) en la muestra. Un 65,44% del minutaje total este medio de comunicación en las tres películas corresponde a un televisor con imagen inteligible, entendiendo, pues, que un 34,56% del tiempo en el que aparece el aparato la imagen no aparece o no es comprensible. El 67,45% corresponde al contenido televisivo con audio inteligible, asumiendo que el 32,55% del total se trata de un televisor que emite un contenido no audible para el espectador o, directamente, sin sonido.

Con respecto a los contenidos emitidos a través de las televisiones que aparecen en las tres ficciones analizadas, el contenido con mayor presencia es el de carácter informativo, representando el 42,54% del total. El contenido televisivo de circuito cerrado ostenta un 36,15%, mientras que el relacionado con el entretenimiento tan solo tiene una presencia del 21,31% sobre el total.

**Gráfico 2: Porcentaje de los contenidos televisivos en la Trilogía de la Glaciación\***



**Fuente: Elaboración propia**

\* Porcentaje de minutos de emisión de cada contenido sobre el total de minutos que aparece la televisión en las películas de la muestra

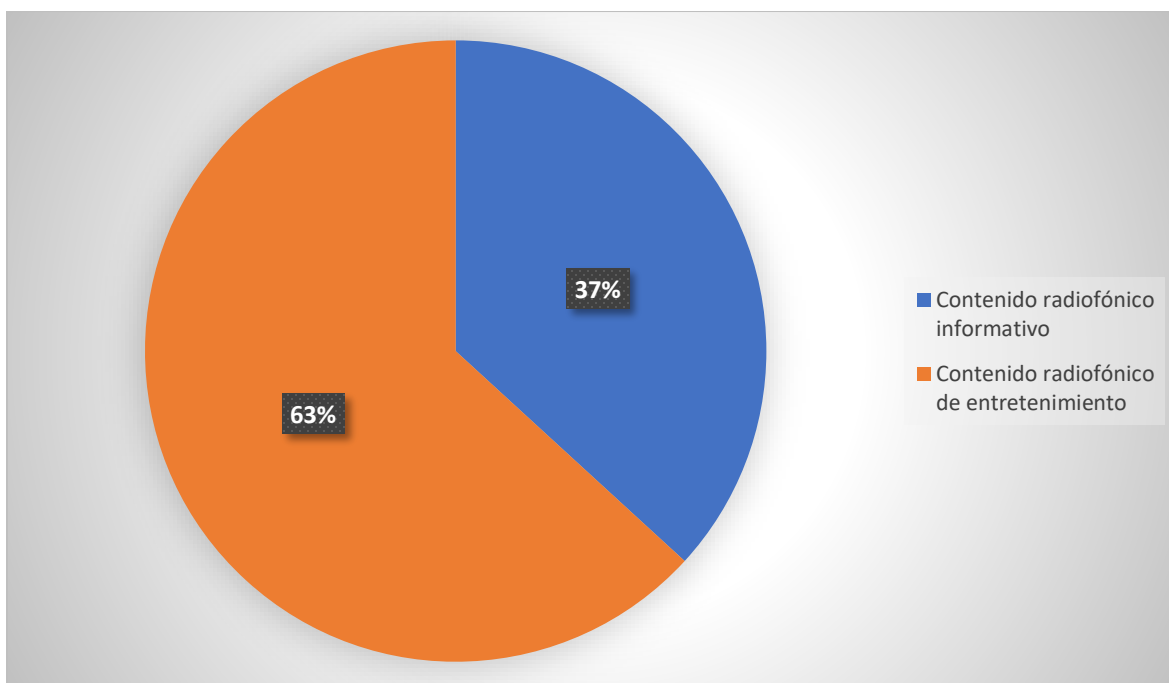
Directamente relacionado con la presencia de la televisión, cabe destacar el resultado de nuestro análisis que contempla el porcentaje total del "plano metafílmico" explicado anteriormente. Dicho plano, ocupa el 44,80% del tiempo en el que se muestra un televisor en la Trilogía de la Glaciación, es decir, un total de 36 minutos y 24 segundos (00:36:24).

Por último, es importante evidenciar que un 43,63% del tiempo en el que sale un televisor en los tres films existe violencia catódica, es decir, que dicho aparato televisivo está proyectando a través de su pantalla imágenes violentas. Este porcentaje supone realmente que durante 36 minutos y 24 segundos (00:36:24) del metraje total de las películas de la Trilogía de la Glaciación aparece violencia catódica.

#### 4.1.3 RADIO

Sobre el minutaje total de las tres películas juntas, la presencia de la radio ocupa el 4,34%, del tiempo, es decir, aparece de forma explícita o eludida durante 13 minutos y 54 segundos (00:13:54) en la muestra. El 85,98% de las veces que aparece este medio de comunicación de masas en la trilogía lo hace con un audio inteligible para el espectador. El contenido radiofónico de carácter informativo ocupa un total del 36,81% de la presencia total de la radio, mientras que el contenido de entretenimiento llega al 63,19%.

**Gráfico 3: Porcentaje de los contenidos radiofónicos en la Trilogía de la Glaciación\***



**Fuente: Elaboración propia**

\* Porcentaje de minutos de emisión de cada contenido sobre el total de minutos que aparece la radio en las películas de la muestra.

#### 4.1.4 PERIÓDICOS Y REVISTAS

La presencia de los periódicos y revistas ocupa tan solo un 3% del total de la Trilogía de la Glaciación, es decir, 9 minutos y 32 segundos (00:09:32) sobre el minutaje total de la muestra. Entre los periódicos y revistas que aparecen en la trilogía, cabe destacar que tan solo el 31,11% disponen de un texto legible para el espectador.

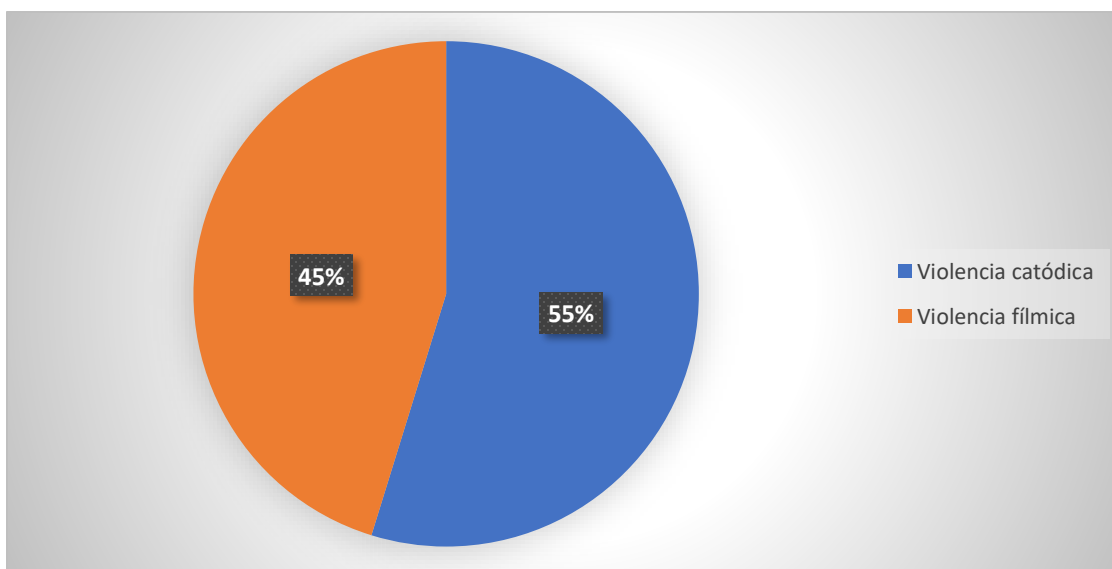
#### 4.1.5 PUBLICIDAD

La presencia de la publicidad ocupa el 0,48% del total de las tres obras audiovisuales, es decir, tan solo podemos observar durante 1 minuto y 33 segundos (00:01:33) publicidad reconocible en la trilogía. Cabe destacar que todas las veces que aparece publicidad, independientemente del formato, en el 100% de los casos se trata de publicidad inteligible.

#### 4.1.6 VIOLENCIA

La violencia comprendida en el total de la trilogía, sin tener en cuenta la naturaleza de esta, ocupa el 19,27% del metraje total, es decir, podemos observar violencia en la Trilogía de la Glaciación durante 1 hora, 1 minuto y 40 segundos (01:01:40). De este porcentaje específico de violencia en el conjunto de las tres obras, el 54,78% del tiempo se muestra una violencia catódica, mientras que el 45,22% del tiempo restante podemos observar una violencia fílmica. Estos datos conmutados en tiempo real corresponden a un total de 33 minutos y 47 segundos (00:33:47) de violencia catódica y 27 minutos y 53 segundos (00:27:53) de violencia fílmica sobre el minutaje total de la trilogía.

**Gráfico 4: Porcentaje de los tipos de violencia en la Trilogía de la Glaciación\*.**



**Fuente: Elaboración propia**

\*Porcentaje de presencia de la tipología de violencia sobre el total de minutos de la muestra

La violencia catódica que tiene como soporte un contenido emitido por los *mass media* ocupa un 73,26% de la violencia catódica total de la trilogía. El 31,67% restante pertenece a la violencia catódica que tiene como soporte un contenido emitido a través de un circuito cerrado de la ficción. Permutando los datos a minutaje exacto podemos afirmar que la violencia catódica de los *mass media* en la Trilogía de la Glaciación tiene una duración de 24 minutos y 45 segundos (00:24:45) y la violencia catódica perteneciente a un circuito cerrado tiene un minutaje de 10 minutos y 42 segundos (00:10:42) sobre el tiempo total de las tres cintas.

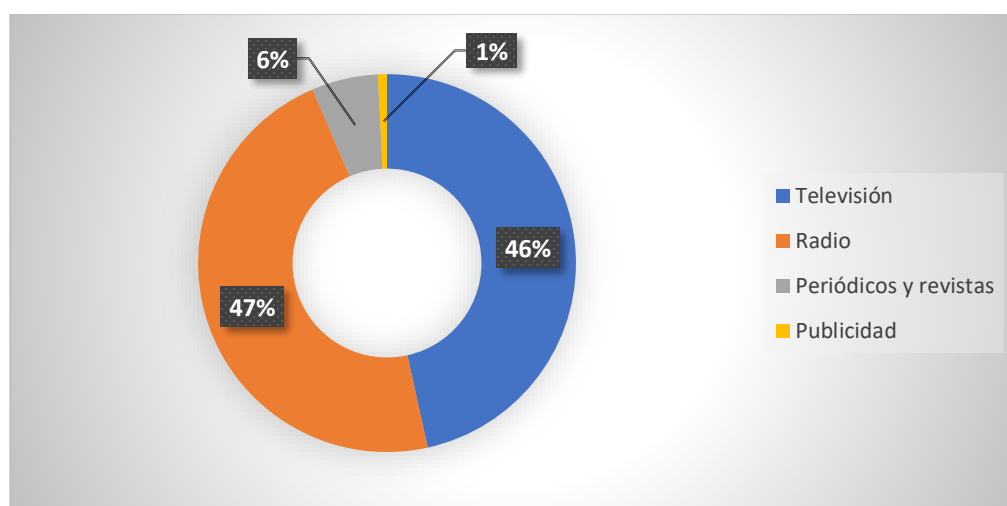
En cuanto a la violencia fílmica cabe destacar que en un 42,91% del tiempo en el que esta ocurre existe una presencia clara de los *mass media*.

## 4.2 EL SÉPTIMO CONTINENTE (1989)

### 4.2.1 MASS MEDIA

El análisis sobre la presencia de los *mass media* en la primera película de la trilogía determina que estos poseen una presencia de un 19,72% sobre el minutaje total de la cinta. En datos absolutos, esto significa que los *mass media* aparecen en *El Séptimo Continente*, ya sea de forma eludida o literal, un total 21 minutos y 42 segundos (00:21:42). Basándonos tan solo en el tiempo total en el que aparecen medios de comunicación de masas en toda la película, podemos dilucidar que la radio es el que más presencia tiene, tanto de forma eludida como de forma literal en toda la cinta, con un 47,01%. El segundo *mass media* que tiene más presencia es la televisión con un 46,54%, seguida de los periódicos y revistas con un 5,68% y, por último, de la publicidad con tan sólo un 0,77%.

**Gráfico 5: Porcentaje de presencia de cada medio sobre el total de minutos que aparecen los *mass media* en la película**



**Fuente: Elaboración propia**

\* Porcentaje de presencia de cada medio sobre el total de minutos que aparecen los *mass media* en la película.

#### 4.2.2 TELEVISIÓN

En términos absolutos, la televisión aparece durante el 9,08% del metraje total de la cinta, es decir, durante 10 minutos y 10 segundos (00:10:10). Un 38,28% del minutaje total en el que aparece la televisión en *El Séptimo continente* corresponde a un televisor con imagen inteligible. Así, pues, un 61,72% del tiempo en el que aparece el aparato la imagen no aparece o no es inteligible para el espectador. En cuanto al audio que emite la televisión en la película los datos nos revelan que un 98,35% del tiempo en que esta aparece en la ficción reproduce un audio inteligible para el espectador, entendiendo que el 1,65% restante corresponde a un audio no comprensible para la audiencia o, directamente, inexistente.

En cuanto a los contenidos emitidos por las televisiones del filme podemos concretar que un 99,67% corresponde a contenidos televisivos de entretenimiento, siendo el 0,33% correspondiente a televisores emitiendo interferencias o ningún contenido en concreto. Por lo tanto, en *El séptimo continente* vemos un 0% de contenidos televisivos de carácter informativo y de circuito cerrado.

El plano metafílmico ocupa un 36,63% sobre el total de minutos en que aparece una televisión en la película. En términos absolutos, Michael Haneke usa este recurso en *El Séptimo Continente* durante 3 minutos y 42 segundos (00:03:42).

Por último, cabe destacar la nula presencia de violencia catódica en toda la película, representando esta un 0% sobre el total.

#### 4.2.3 RADIO

La presencia de la radio posee un porcentaje total de minutos en *El Séptimo Continente* de un 9,27%, lo que significa que aparece de forma explícita o eludida un total de 10 minutos y 12 segundos (00:10:12) sobre el minutaje total de la cinta. Del total de veces que aparece este *mass media* en la película, en un 76,14% lo hace con un audio inteligible para el espectador. El contenido radiofónico de carácter informativo ocupa un 49,02% de la presencia total de la radio, mientras que el contenido de entretenimiento consigue una presencia del 50,98%.

#### 4.2.4 PERIÓDICOS Y REVISTAS

Los periódicos y revistas ocupan en la cinta un 1,12% del metraje total, es decir, en términos específicos, 1 minuto y 14 segundos (00:01:14). Cabe resaltar que en el 14,86% de su presencia en pantalla el texto de estos periódicos y revistas es legible para la audiencia.

#### **4.2.5 PUBLICIDAD**

La publicidad posee una presencia del 0,15% sobre el total del metraje de la cinta, es decir, es posible ver publicidad reconocible durante tan solo 10 segundos (00:00:10) de la película. La única vez que aparece dicha publicidad se trata de un contenido inteligible para el espectador del filme.

#### **4.2.6 VIOLENCIA**

La violencia total, independientemente de la naturaleza de esta, que podemos observar en *El Séptimo Continente* ocupa el 14,66% del filme. Podemos observar violencia, pues, durante 16 minutos y 8 segundos (00:16:08). No existe violencia catódica en ningún punto de la película, por lo tanto, podemos afirmar que el 100% de la violencia de esta obra es de carácter fílmico.

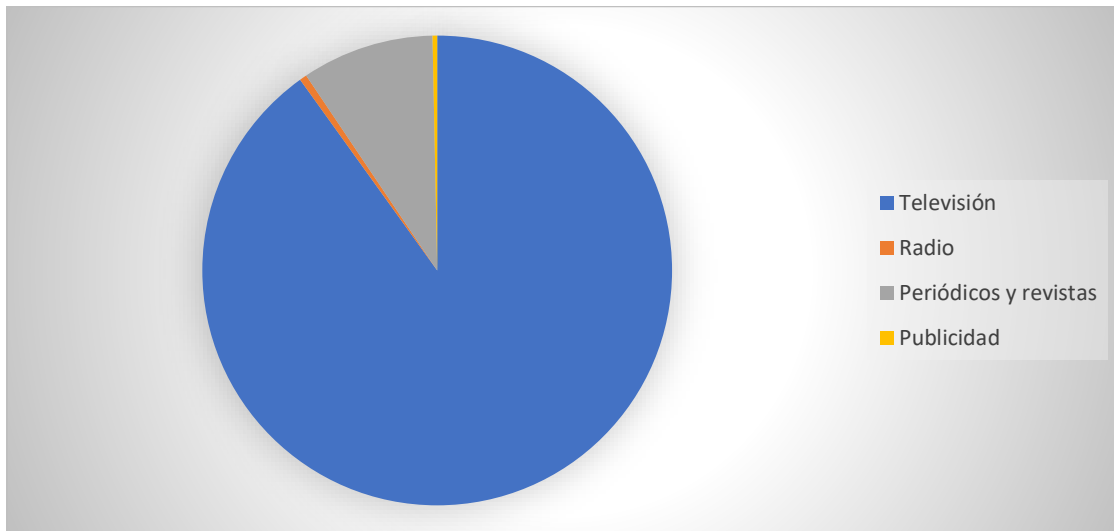
Podemos observar la presencia de los *mass media* en la violencia fílmica de *El Séptimo Continente* durante el 67,45% en el que esta se produce.

### 4.3 EL VÍDEO DE BENNY

#### 4.3.1 MASS MEDIA

Los *mass media* disponen de una presencia del 42,13% sobre el minutaje total de la segunda película de la Trilogía de la Glaciación. Es decir, los medios de comunicación de masas aparecen un total de 46 minutos y 21 segundos (00:46:21). Con estos datos, podemos afirmar que el *mass media* que más presencia tiene en la cinta es la televisión con un 90,08% sobre el total de los medios que aparecen en esta película. El segundo *mass media* con más presencia en *El Vídeo de Benny* son los periódicos y revistas con un 9,10%. Por detrás quedan la radio con un 0,50% y la publicidad con tan sólo un 0,32%.

**Gráfico 6: Porcentaje de la presencia de los mass media en El Vídeo de Benny\*.**



**Fuente: Elaboración propia**

\*Porcentaje de presencia de cada medio sobre el total de minutos que aparecen los mass media en la película.

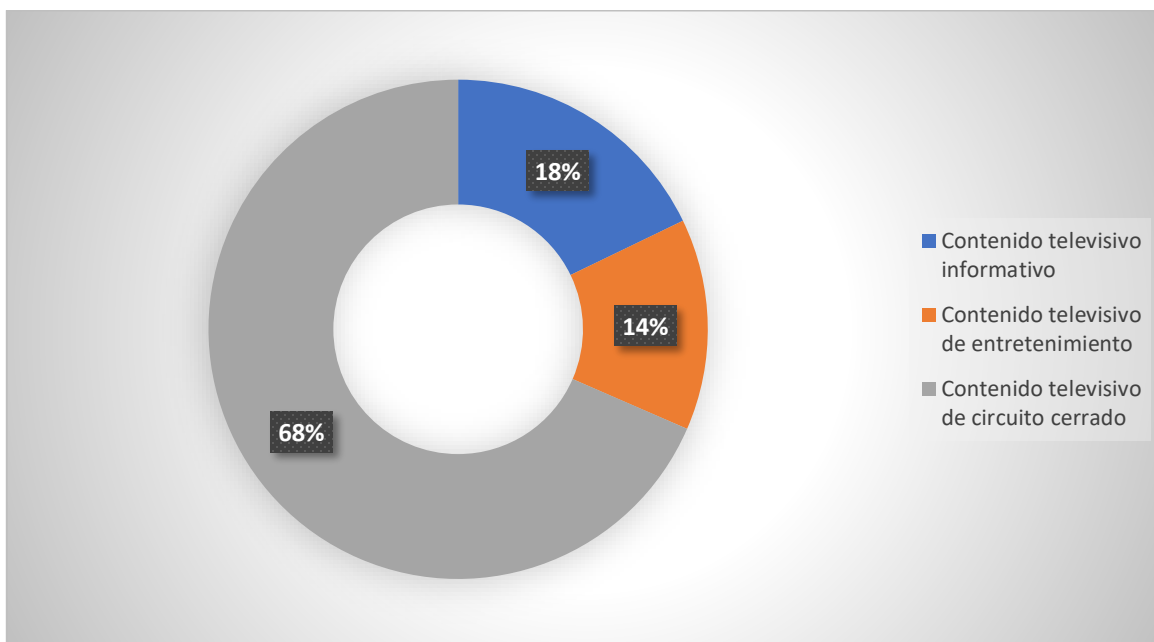
#### 4.3.2 TELEVISIÓN

La televisión ocupa el 37,95% sobre el minutaje total de la cinta, es decir, podemos observar este medio, de forma eludida o explícita, durante 41 minutos y 45 segundos (00:41:45). Dentro del porcentaje total de presencia de la televisión en *El Vídeo de Benny* hay que destacar que el 55,77% corresponde a contenidos con imagen inteligible. Por lo tanto, el 44,23% restante hace referencia al tiempo total en el que la imagen que emiten los diferentes televisores de la ficción es ininteligible o, directamente, no se muestra al espectador. En el 54,97% de los casos podemos apreciar una televisión con audio inteligible, asumiendo, pues, que el 45,03% restante se trata de casos donde el contenido no tiene sonido o no es entendible para la audiencia del filme.



Los contenidos televisivos de la segunda película de la trilogía también han sido desgranados en porcentajes. El contenido de circuito cerrado es el que más presencia tiene entre los tres que se han conmutado en el análisis, con una presencia del 68,47% sobre el resto. El contenido televisivo de carácter informativo es el segundo que más aparece con un 17,84%. El que menos presencia tiene en la cinta es el contenido televisivo de entretenimiento, el cual tan solo dispone de un 13,69%.

**Gráfico 7: Porcentaje del contenido televisivo en *El Vídeo de Benny***



**Fuente: Elaboración propia**

Del minutaje total en el que aparece una televisión dentro de la ficción, podemos afirmar que en el 42,87% de los casos se muestra a través de un plano metafílmico. Es decir, dicho plano tiene una presencia total de 17 minutos y 45 segundos (00:17:45) durante toda la cinta.

El último dato relevante sobre este medio de comunicación de masas es evidenciar el porcentaje de violencia catódica que este emite durante la película. En el 40,80% de los casos se produce dicha violencia catódica, es decir, podemos ver en la ficción un televisor proyectando imágenes violentas durante 15 minutos y 22 segundos (00:15:22) del metraje total.

#### **4.3.3 RADIO**

La radio posee un porcentaje total de minutos en la película de un 0,21%, es decir, aparece de forma explícita o eludida un total de 14 segundos (00:00:14) sobre el minutaje final de la cinta. Absolutamente todas las veces que aparece este medio de comunicación en *El*

*Vídeo de Benny* lo hace con un audio inteligible y en el 100% de los casos se trata de un contenido radiofónico de entretenimiento.

#### 4.3.4 PERIÓDICOS Y REVISTAS

Los periódicos y revistas representan tan solo el 3,83% del metraje total de la película, es decir, aparecen durante 4 minutos y 13 segundos (00:04:13) sobre el minutaje total. En el 36,75% de los casos en el que aparecen dichos medios de comunicación en el filme, estos disponen de textos legibles para el espectador.

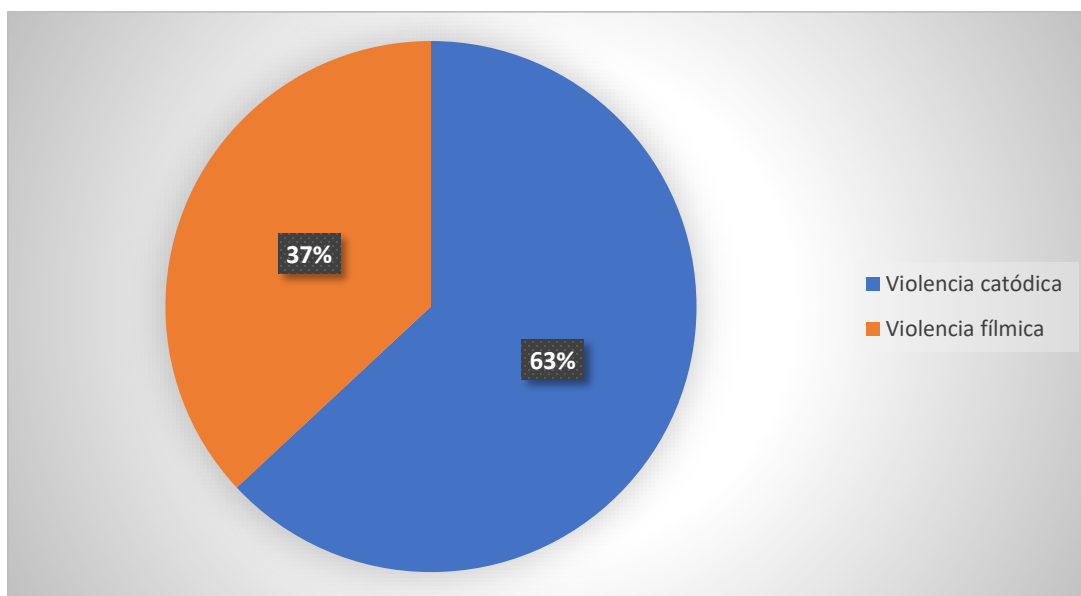
#### 4.3.5 PUBLICIDAD

La publicidad representa tan solo el 0,13% sobre el total del metraje de la cinta. Lo que significa que aparece durante 9 segundos (00:00:09) sobre el minutaje total. En el 100% de los casos se trata de una publicidad inteligible.

#### 4.3.6 VIOLENCIA

La violencia que existe en la cinta, sin diferenciar el carácter de esta, ocupa el 22,24% del metraje total. Es decir, podemos observar violencia en *El Vídeo de Benny* durante 24 minutos y 28 segundos (00:24:28). De este resultado podemos extraer que la violencia catódica ocupa el 63,06% de dicho total y la violencia fílmica el 36,94% restante. Estos datos conmutados en tiempo real revelan que podemos apreciar violencia catódica durante 15 minutos y 22 segundos (00:15:22) y violencia fílmica durante 9 minutos y 6 segundos (00:09:06).

**Gráfico 8: Porcentaje de los tipos de violencia en *El Vídeo de Benny*.**



Fuente: Elaboración propia

La violencia catódica con un contenido propio de los *mass media* ocupa un 41,21% de la violencia catódica total, mientras que el 69,63% restante corresponde a la violencia catódica que tiene como soporte un contenido emitido a través de un circuito cerrado de la ficción. En términos de minutaje apreciamos que la violencia catódica correspondiente a los *mass media* tiene una duración de 6 minutos y 20 segundos (00:06:20) y la violencia catódica que pertenece a un circuito cerrado de televisión posee una duración de 10 minutos y 42 segundos (00:10:42) sobre el tiempo total de la cinta.

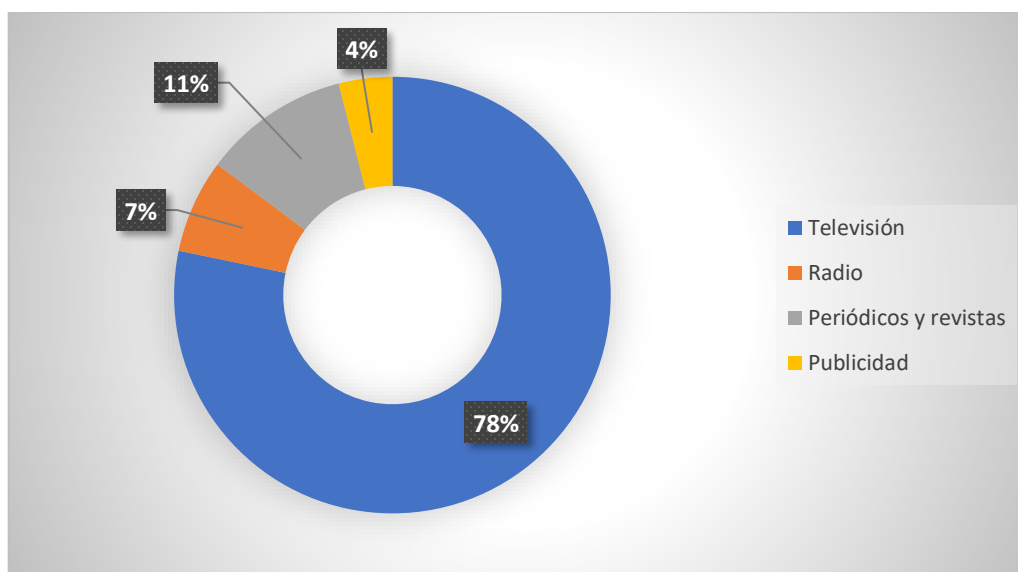
En cuanto a la violencia fílmica cabe destacar que en un 24,90% del tiempo en el que esta existe hay una presencia evidente de los *mass media*.

#### 4.4 71 FRAGMENTOS DE UNA CRONOLOGÍA DEL AZAR

##### 4.4.1 MASS MEDIA

La presencia de los *mass media* en la tercera película de la trilogía es de un 42,13% sobre el minutaje total de la trilogía. Esto significa que los *mass media* aparecen en la cinta, ya sea de forma eludida o literal, un total de 46 minutos y 21 segundos (00:46:21). Tomando estos datos como referencia podemos apreciar que la televisión es el medio de comunicación que más aparece en el filme, con un 78,26%. El segundo *mass media* con más presencia en *71 fragmentos de una cronología del azar* son los periódicos y las revistas con un 10,84%. La radio es el tercer medio de comunicación con más presencia, con un 6,94%. El *mass media* que dispone de menos presencia en esta película es la publicidad con tan sólo un 3,96%.

**Gráfico 9: Porcentaje de la presencia de los mass media en 71 Fragmentos de una Cronología del Azar.**



**Fuente: Elaboración propia**

\* Porcentaje de presencia de cada medio sobre el total de minutos que aparecen los *mass media* en la película.

#### **4.4.2 TELEVISIÓN**

Un 83,90% del minutaje total en el que se aprecia una televisión en la película corresponde a un televisor con imagen inteligible. El 16,10% restante, pues, hace referencia al tiempo total en el que los televisores de la ficción emiten un contenido con una imagen ininteligible para el espectador del filme o, directamente, no emiten ningún tipo de contenido visual. El 74,54% del tiempo en que aparece un televisor en pantalla, ya sea de forma explícita o eludida, corresponde a que el contenido que emite tiene un audio inteligible para el espectador del filme. El 25,46% restante corresponde a televisores que emiten un contenido con un audio ininteligible o nulo.

El contenido televisivo que más presencia tiene en la película es el de carácter informativo, constituyendo el 91,95% del total. El contenido televisivo de entretenimiento representa el 4,93% y el que corresponde a un circuito cerrado de televisión tan sólo se presenta en el 3,12% de los casos.

El recurso discursivo que emplea Haneke con el plano metafílmico ocupa el 50,34% del tiempo en que se muestra un televisor en la película *71 fragmentos de una cronología del azar*. Es decir, aparece un total de 14 minutos y 48 segundos (00:14:48).

Cabe resaltar que un 62,64% del tiempo en el que aparece un televisor en el filme existe violencia catódica. Este porcentaje significa que durante todo el metraje de la película este tipo de violencia que se proyecta a través de una pantalla aparece un total de 18 minutos y 25 segundos (00:18:25).

#### **4.4.3 RADIO**

La radio tiene un porcentaje total de minutos de un 3,46% en esta tercera película, es decir, aparece de forma explícita o eludida en toda la película durante 3 minutos y 28 segundos (00:03:28). El 96,63% del tiempo en que aparece este medio de comunicación el audio que emite es inteligible para el espectador, mientras que tan solo el 3,37% del tiempo este resulta nulo o ininteligible. En cuanto a los contenidos radiofónicos que se emiten en la película *71 fragmentos de una cronología del azar* podemos vislumbrar que en el 93,26% de los casos se trata de contenidos de entretenimiento, mientras que el 3,36% se trata de contenidos de carácter informativo.

#### **4.4.4 PERIÓDICOS Y REVISTAS**

Los periódicos y revistas representan el 4,15% del total de la película, es decir, tan sólo aparecen durante 4 minutos y 9 segundos (00:04:09). En un 29,71% de los casos en que aparecen dichos *mass media* podemos apreciar que su texto es legible para el espectador de la película.

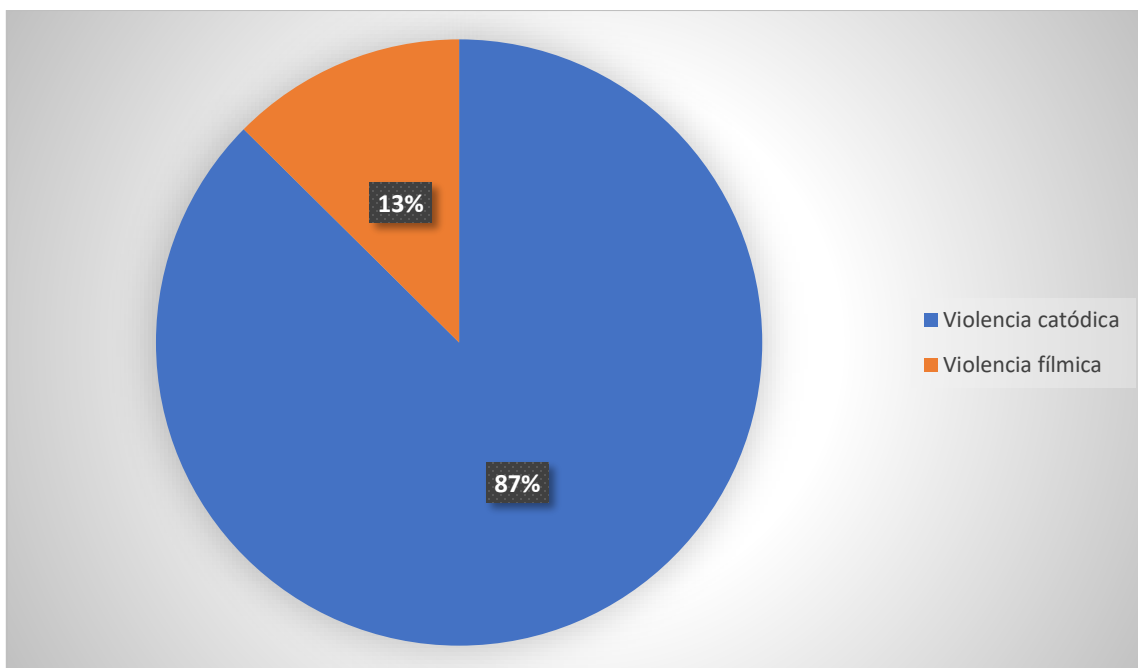
#### 4.4.5 PUBLICIDAD

La publicidad representa el 1,23% del total de la obra, es decir, podemos apreciar dicho *mass media* durante tan sólo 1 minuto y 14 segundos (00:01:14). El 100% de las veces en que este medio de comunicación podemos atender a mensajes inteligibles.

#### 4.4.6 VIOLENCIA

El total de violencia que podemos apreciar en esta película, independientemente de su naturaleza, representa el 21,06% del metraje total, es decir, podemos observar escenas violentas durante 21 minutos y 4 segundos (00:21:04). El 87,43% de esta violencia corresponde a violencia catódica, lo que corresponde a un total de 18 minutos y 25 segundos (00:18:25); mientras que el 12,58% restante se refiere a violencia fílmica, que en tiempo absoluto significa que podemos apreciar dicha violencia durante 2 minutos y 39 segundos (00:02:39).

**Gráfico 10: Porcentaje de tipos de violencia en 71 Fragmentos de una Cronología del Azar.**



Fuente: Elaboración propia

La violencia catódica que tiene como soporte un contenido emitido por los *mass media* tiene una representación sobre la violencia total de la película de un 100%, entendiendo, pues, que es el único tipo de violencia catódica que podemos apreciar en el filme.

En cuanto a la violencia fílmica cabe destacar que en un 9,43% del tiempo en el que esta ocurre existe una presencia clara de los *mass media*.

#### 4.5 ANÁLISIS CUALITATIVO DE *EL SÉPTIMO CONTINENTE*

La escena inicial de la primera película de la Trilogía de la Glaciación nos muestra a la familia protagonista dentro de su coche en un túnel de auto lavado. Cuando salen de dicho túnel pasan junto a un gran cartel con un paisaje paradisíaco en el que pone "Welcome to Australia". Parece ser la publicidad de una aerolínea ficticia llamada "Australian Travel Agency". Este cartel sirve al director para realizar una sutil metáfora que da nombre a la película. Como veremos a lo largo de la cinta, la familia se da cuenta de que su vida carece de sentido, hasta tal punto que la única salida posible es deshacerse de todas sus posesiones materiales y suicidarse juntos. En el proceso de realizar este brutal cometido aparecerán insertos de un paisaje parecido al del cartel que se muestra en el inicio del filme. También, para que sus familiares y amistades no pregunten por su ausencia, la familia les dirá que harán un viaje largo. Es obvio que Haneke hila conceptos, dando a entender al espectador que el viaje soñado de la familia, ese ansiado "séptimo continente", es la propia muerte. Para ello, se sirve del anuncio para desarrollar dicha metáfora, dándole una importancia tal que el título del propio filme lleva por nombre el eslogan del cartel ficticio. Como hemos mencionado anteriormente, a lo largo de la trilogía no se le da una gran relevancia a la publicidad en cuanto a presencia se refiere. Pese a eso, la primera película de la trilogía realiza este ejercicio narrativo a través de un contenido que aparece en una valla publicitaria.

En *El Séptimo Continente* el medio de comunicación que más presencia tiene a lo largo de la película es la radio. Cabe destacar que en una de las secuencias iniciales donde se nos presenta a la familia a través de las acciones que constituyen su rutina, podemos apreciar que el despertador del matrimonio activa la radio. El contenido que emite es inteligible para el espectador y de carácter informativo: se informa de, entre otras cuestiones, guerras y conflictos que ocurren en el mundo. Es interesante destacar este hecho porque, en este punto de la película, el espectador todavía ni ha escuchado la voz de los protagonistas ni ha visto sus caras. Las primeras palabras que oímos son las de un locutor de radio que nos habla de conflictos que nada tienen que ver con la trama que se nos mostrará más adelante. De esta forma, Haneke acentúa la importancia de los *mass media* dentro del relato en sí y de la vida de los personajes protagonistas, quiénes lo primero que reciben al despertar son este tipo de informaciones.

La presencia de los periódicos y revistas a lo largo de la trilogía en general, y de esta primera película en particular, es bastante pobre. Pese a eso, la trama de *El Séptimo Continente* utiliza un periódico con texto legible como recurso para hacer avanzar la historia. Eva, la hija de la familia protagonista, miente en la escuela aludiendo a una falsa ceguera. Anna, la madre de Eva, después de hablar sobre el tema con su hija, encuentra en el cuarto de la niña un periódico en la mesita de noche abierto justo por la página donde hay un titular que dice: "Ciega. Pero nunca estás sola". La noticia, por lo que podemos interpretar, habla sobre una niña que se queda ciega pero que cuenta con el apoyo de su familia, amigos e instituciones. Entendemos, pues, que Eva leyó esta noticia y montó la farsa de quedarse ciega en la escuela para llamar la atención, con el fin de sentirse menos sola. Después de

esta escena vemos un plano insertado del paisaje paradisíaco que hemos mencionado anteriormente y, después, vemos cómo Georg, el padre de familia, se despierta de madrugada. Tras un plano detalle del reloj marcando las seis de la mañana, vemos otro de la mesita de noche del matrimonio, donde podemos apreciar un periódico al lado de la lámpara que enciende Georg. El plano es estático, fijándose en mostrar cada uno de los objetos que hay encima de la mesita. Puesto que venimos de la escena en que Anna ha descubierto el periódico de Eva, el espectador podría entender dónde lo ha encontrado la niña. Además, Haneke nos mostrará más adelante a Georg leyendo el periódico en la cama antes de irse a dormir, resaltando la importancia de la presencia de este medio de comunicación en la vida de la familia.

En la secuencia de acciones que constituyen la transición de la familia para desposeerse de todos sus bienes materiales, existen detalles significativos. El más evidente es la presencia del sonido casi ininteligible de una televisión o radio lejana mientras la familia destruye su propia casa. Cabe señalar también que, en el plano dónde vemos a los peces agonizar en el suelo, después de que la familia haya roto la pecera, se hallan unas cuantas cintas de vídeo dispersas junto a los animales moribundos. Es un hecho reseñable, puesto que, pese a no contabilizar en nuestro análisis como presencia de la televisión en dicho plano, cabe advertir que las cintas de vídeo están estrechamente relacionadas con este *mass media*.

En la secuencia final de la película, cuando la familia comete el suicidio colectivo, existen detalles destacables que debemos mencionar. Durante toda la secuencia, desde que preparan la primera dosis para suicidarse hasta que Georg muere, la televisión está presente. De hecho, Eva, la hija de la familia, se suicida mientras los tres miran la televisión. Cuando la niña empieza a morir lentamente, ninguno de los padres presta atención a su hija, se limitan a seguir observando el televisor. Georg agarra la mano de Anna mientras ésta padece sus últimos estertores. Durante este momento, la televisión suena de fondo e ilumina sus rostros. Por último, cuando Georg muere poco a poco mientras recuerda momentos rutinarios de su propia vida, lo hace observando la nieve del televisor. Haneke utiliza el aparato para subrayar que todo se ha acabado para esa familia, que incluso la presencia omnipresente de los contenidos de los *mass media* va a dejar de existir para ellos. Como defiende Baez & Chataignier (2020):

El espectáculo que la familia ve momentos antes de morir simboliza la evasión de las penurias y desilusiones del mundo contemporáneo. Una vez que se produce la muerte, el escape definitivo, esta distracción ya no es necesaria. Luego, el televisor muestra la estática: el ruido que los dispositivos antiguos solían reproducir cuando no estaban sin señal. (p. 179)

#### 4.6 ANÁLISIS CUALITATIVO DE *EL VÍDEO DE BENNY*

En *El Vídeo de Benny* el juego meta textual entre realidad fílmica y realidad catódica es una constante. El primer plano de la película es un plano meta fílmico en el que el protagonista retrocede y hace avanzar la grabación de la matanza de un cerdo. Esta primera toma de contacto con el espectador es, pues, una clara muestra de intenciones de lo que veremos a lo largo de la cinta. El personaje protagonista de la película, Benny, es un adolescente que dispone de un equipo de grabación analógica en su casa, con el que graba muchas de las acciones que ejecuta. Algunas de estas grabaciones caseras las superpone sobre cintas con contenido grabado directamente de la televisión. Es por este motivo que, en diversas ocasiones, en un mismo plano podemos apreciar contenido de los *mass media* y contenido proveniente de un circuito de grabación cerrado, hecho que se plasma en la tabla de análisis realizada para este trabajo.

En algunas escenas podemos apreciar cómo el personaje de Benny se va a dormir. La primera vez que lo hace podemos apreciar que hay una televisión con imagen ininteligible encendida mientras duerme. Más tarde, cuando la chica entra en la habitación del protagonista, éste le enseña el equipo de grabación del que dispone. Entre los artilugios que le muestra, podemos observar cómo ese televisor que habíamos visto antes realmente está proyectando lo que graba una de las cámaras del adolescente, la cual está apoyada en la ventana grabando el exterior. Es por este motivo que, pese a que la imagen de la primera escena no es inteligible en un primer momento, luego comprendemos que se trata de una imagen catódica proveniente de un circuito cerrado de grabación.

Cabe destacar que el asesinato que comete Benny ha sido conmutado en este análisis como violencia catódica y como violencia fílmica a la vez. Nosotros presenciamos el suceso "en directo", pero Haneke nos muestra uno de los televisores de Benny proyectando la imagen que recoge una de sus múltiples cámaras. Estamos presenciando, pues, violencia fílmica, el suceso ocurre en ese mismo momento en la habitación en la que nos ubica el director, pero se nos muestra a través de una pantalla que recoge parte de lo que está sucediendo, es decir, a través de un medio catódico.

La única presencia de la publicidad en esta película la encontramos en las dos escenas en las que Benny compra comida en un McDonald's. Cuando le sirven la comida, podemos apreciar en el papel que ejerce como mantel de la bandeja, múltiples eslóganes con texto legible de la cadena de comida rápida.

La presencia de periódicos y revistas también es algo residual en este filme. Podemos destacar la existencia de dos revistas con texto no legible junto al cadáver de la chica cuando Benny limpia la escena del crimen.

El espectador presencia la secuencia final de la película a través del sistema de vigilancia de la comisaría. Observamos a través de una imagen catódica cómo Benny se disculpa con sus padres por haber mentado sobre la autoría del crimen. El motivo de esta elección discursiva



puede venir determinada por el hecho de que, quizás, el director pretenda mostrarnos cómo el mundo contemporáneo está siempre siendo observado por el objetivo de una cámara, haciendo hincapié en su reflexión principal sobre el impacto de los *mass media* en la sociedad. También podemos pensar que, como defiende García (2018):

(...) si las imágenes que abren el filme nos sugieren un control absoluto del protagonista —no olvidemos que su arma letal es el mando a distancia, con el cual ejerce el poder de su entorno—, en las de la clausura es la cámara de vigilancia la que ejerce como representante de la ley. Ahora bien, creemos que la proyección simbólica de dicho cierre debe ser vinculada al carácter estructural de la película, lo cual permite generar el sentido último del filme. (p. 130)

#### **4.7 ANÁLISIS CUALITATIVO DE 71 FRAGMENTOS DE UNA CRONOLOGÍA DEL AZAR**

La tercera película de la trilogía abre con un largo plano metafílmico en el que vemos un telediario de la televisión alemana. Se trata de un plano metafílmico porque la imagen no es clara, podemos ver las interferencias propias que se producen en la imagen cuando grabamos directamente a una pantalla. El contenido es totalmente inteligible, ya que podemos escuchar el audio mientras que la imagen toma toda la pantalla. La única pregunta que nos podemos hacer es sobre la persona o personas que están consumiendo ese contenido, ya que si se trata de un plano metafílmico significa que la televisión de un personaje de la ficción está proyectando dicho telediario.

Minutos más tarde presenciamos una escena en la que Tomek, uno de los personajes protagonistas de la cinta, se prepara y come la cena mientras mira el televisor. El encuadre nos impide ver la totalidad de la pantalla, pero podemos intuir las imágenes. El audio es totalmente inteligible, siendo el único contenido narrativo de una escena de algo más de tres minutos de duración. Enlazando con la primera secuencia del filme, podríamos pensar que el primer plano metafílmico correspondía al televisor de Tomek, pero como veremos más adelante, éste no es el único personaje que mira un telediario durante toda la película.

A lo mencionado cabe añadir que el plano de la pantalla del televisor proyectando un noticiero será una constante durante la cinta. Sirve como separador entre algunas secuencias, pero, además, tiene un propósito narrativo. Como afirma García (2018):

(...) la realidad es filtrada por el hecho periodístico, pero también por la sociedad del espectáculo. Y las noticias que veía el protagonista de *El video de Benny* ahora es el

espectador quien las está consumiendo de forma similar: las noticias se convierten en significantes que configuran el significado. (p. 133)

La pantalla de la ficción ocupa toda la pantalla real de la película, sumado a que no sabemos en ningún momento quién está observando el contenido que se emite, no es descabellado pensar que Haneke propone al espectador del filme un juego metatextual. Parece que nos induce a entender que nosotros somos quienes estamos consumiendo ese noticiario lleno de conflictos e imágenes violentas. Dar esta importancia al contenido catódico resume la esencia de la trilogía, comprendiendo en un recurso narrativo gran parte de su reflexión: hasta qué punto escogemos ver el contenido de los *mass media* y cómo de lícito es mostrarnos de la forma en que lo hace aquello que se nos presenta.

La publicidad, las revistas y los periódicos quedan relegados a un papel muy secundario. Su presencia es anecdótica, asumiendo una relevancia insustancial en el filme. Podríamos destacar la secuencia en la que Max, el encargado de cometer la masacre final, compra lo que será el arma del crimen. Durante la transacción dentro del restaurante, el encuadre sitúa a los personajes al fondo de la estancia, enfocando en un primer término una especie de estantería con algunas revistas y periódicos. La conversación de los personajes no llega al espectador, quien solo puede percibir los gestos y las acciones de estos. La profundidad de campo de la lente utilizada por el director austríaco no nos permite ver nítidamente las portadas o el contenido de los periódicos y revistas de la estantería. Por este motivo, su presencia resulta más anecdótica que una muestra clara por parte de Haneke de señalar o realizar una metáfora sobre la prensa escrita.

## 5. Discusión y Conclusiones

Este trabajo se ha basado en un análisis cuantitativo sobre la presencia de los *mass media*, así como su relación directa con la violencia dentro de las películas que conforman La Trilogía de la Glaciación de Michael Haneke. La revisión de diferentes estudios sobre esta trilogía, nos permitió establecer una serie de preguntas de investigación, relacionadas con los *mass media* y la violencia, a las que intentamos dar respuesta a través del análisis de contenido.

En la Trilogía de la Glaciación de Michael Haneke los *mass media* disponen de una gran importancia, ya que estos aparecen durante un 33,21% (01:46:18) del minutaje total de las tres películas. Este dato resulta muy esclarecedor, puesto que el minutaje total de presencia de los *mass media* en las tres películas es superior a la duración total de la primera película de la trilogía, *El Séptimo Continente*, filme que tiene una duración estimada de 100 minutos (01:40:00). Podemos afirmar, pues, que Michael Haneke otorga un rol clave a los *mass media*, cediendo parte de su minutaje para mostrarnos cómo estos aparecen en el mundo de su ficción y, por lo tanto, en el mundo real.

De todos los *mass media* que nos presenta el director austríaco en su trilogía, al que más relevancia le otorga es a la televisión, la cual ocupa en el minutaje total de las tres obras el 25,39% (01:21:15) del tiempo. Este dato nos revela la intencionalidad del autor al darle importancia a la televisión en su ficción, puesto que tiene como finalidad plasmar hasta qué punto el televisor es un actor importante en nuestro día a día. Además, cabe destacar que el 43,63% del tiempo en el que dicho aparato aparece en escena, éste proyecta imágenes violentas. Es decir, poco menos de la mitad de las veces que Haneke coloca la televisión en escena es para que la violencia se infiltre en la realidad de sus personajes. Si tenemos en cuenta que el 42,54% del tiempo total en el que dichas televisiones emiten un contenido inteligible éste es de carácter informativo, podemos situar a los *mass media* como uno de los actores principales claros de la violencia en la Trilogía de la Glaciación.

Michael Haneke enfatiza el contenido televisivo con un recurso narrativo recurrente en la trilogía: el plano metafílmico. Dicho plano, encargado de presentarnos la televisión en primer término y, por lo tanto, también su contenido, ocupa el 44,80% del tiempo en el que se muestra un televisor en la Trilogía de la Glaciación. El director pone la cámara justo delante de la pantalla de un televisor proyectando contenido durante 36 minutos y 24 segundos (00:36:24). Esto significa que casi la mitad de las veces que un televisor aparece en escena éste se muestra en primerísimo término a través de un plano metafílmico, dando, pues, un gran protagonismo al contenido que proyecta. Extraemos la intencionalidad del autor, el cual no se conforma con que el televisor esté presente en escena, sino que busca que el contenido de éste sea el protagonista del relato en gran parte del metraje.

Debemos mencionar en relación con este último punto que el 65,44% del minutaje total en que la televisión aparece en las tres películas, ya sea a través de un plano metafílmico o no, corresponde a un televisor con imagen inteligible. El 67,45% también del minutaje total corresponde a un contenido televisivo con audio inteligible. Estos datos evidencian un propósito: la televisión no importa tan sólo como ente, como metáfora de un *mass media* que existe y permanece en nuestras rutinas, sino que el contenido resulta importante. No necesita usar el plano metafílmico para que la televisión sea inteligible para el espectador de la película, ya sea visual o sonoramente. El énfasis que hace Haneke sobre el contenido televisivo es claro, puesto que es para el autor que el receptor de su obra comprenda, del modo que sea, el contenido que exhiben los televisores de sus ficciones. Existe un relato televisivo propio del imaginario de los *mass media* que sobrevuela la vida mundana de sus personajes. El discurso mediático no cesa nunca y siempre resulta comprensible, es imposible escapar de él.

La radio, a diferencia de la televisión, no tiene tanta relevancia en la Trilogía de la Glaciación de Michael Haneke. Posee un porcentaje total de minutos de un 4,34% en las tres películas, cantidad que equivale a tan sólo 13 minutos y 54 segundos (00:13:54) sobre el minutaje total. Apreciamos, pues, que el autor relega claramente su crítica principal a los *mass media* en la televisión. Aún así, es importante resaltar que el contenido de la radio que aparece en la trilogía resulta en un 85,98% de los casos inteligible para el espectador del filme. Vuelve

a destacar su énfasis en el discurso de los *mass media*, tal como hace con la televisión, pese a que, en este caso, el 63,19% de dicho contenido radiofónico es propio del género del entretenimiento. En la mayoría de los casos en que aparece la radio en la Trilogía de la Glaciación ésta emite contenido musical. Haneke utiliza este recurso para dotar a sus escenas de música, ya que tan solo apreciamos música extradiegética en contadas ocasiones, decisión condicionada por su voluntad de mantener sus películas en una atmósfera realista.

Si bien es cierto que los periódicos y revistas resultan ser objetos importantes en alguna de las películas de la trilogía, Haneke tan solo los muestra durante 9 minutos y 32 segundos (00:09:32) en la suma total de minutos de los tres metrajes, lo que representa un 3% del cómputo total. Además, cabe subrayar que solamente en el 31,11% del tiempo en que estos aparecen disponen de un texto legible para el espectador. Como hemos mencionado, el director enfatiza su importancia en un par de ocasiones, resaltando el caso que mencionaremos cuando hablemos de *El Séptimo Continente* pero el tiempo real que le destina en sus tres ficciones es casi anecdótico.

La aparición de la publicidad en la trilogía resulta residual, pese a que la primera de las tres ficciones base su metáfora principal en un anuncio que podemos observar al principio del filme. En el resto de la cinta, así como en las otras tres películas, su presencia en términos de minutaje, así como su importancia en la ficción, resulta poco reseñable.

Como ya hemos mencionado en el apartado relacionado con la televisión en la Trilogía de la Glaciación, con este análisis podemos demostrar que existe una correlación clara entre *mass media* y violencia. De toda la violencia que se nos muestra a lo largo de las tres películas, un 19,27% del metraje total, destacamos que ésta es de naturaleza catódica durante el 54,78% del tiempo en que aparece. Cabe resaltar que dicha violencia catódica proviene de un contenido propio de los *mass media* en el 73,26% de los casos. Podemos afirmar, pues, que Michael Haneke muestra más contenido violento a través de las pantallas de la ficción que de las acciones de la propia ficción en sí, haciendo hincapié, sobretudo, en los medios de comunicación de masas como mensajeros principales de dicha violencia.

El 45,22% del tiempo en que existe violencia, ésta es de carácter fílmico, es decir, existe y se produce en el universo de los personajes, no a través de ninguna pantalla. Aún así, es importante mencionar que, en casi la mitad de las ocasiones, el 42,91% del tiempo, aparecen de alguna forma los *mass media* en esta violencia fílmica. Ya sea porque se comete un suicidio mientras se ve la televisión o porque alguien limpia el rastro de un asesinato mientras se escucha una radio inteligible de fondo. El director austríaco se esfuerza en relacionar los actos violentos de su ficción con los medios de comunicación de masas. El aluvión de contenido que estos medios proporcionan no se detiene ni cuando se están cometiendo atrocidades, así, el mundo sigue girando independientemente de aquello que los personajes decidan hacer.

En resumen, vemos cómo nuestros objetivos de investigación previos al análisis tienen una respuesta clara. Michael Haneke a lo largo de la Trilogía de la Glaciación otorga una gran importancia a los medios de comunicación y los relaciona directamente con la violencia, planteándolos como el motor principal de ésta en la sociedad occidental contemporánea. El mundo que nos muestra, aquél que existe en su ficción, convive con la violencia. Sus personajes suelen estudiar, comer o relacionarse con los demás siempre con un soporte de los medios de comunicación cerca, el cuál, la mayoría de las veces muestra y narra ejemplos de violencia real que ocurren en el mundo. Esta sobreexposición del acto violento banaliza la violencia en sí. Los personajes se vuelven inmunes a la crueldad. En las cintas analizadas, las guerras, los asesinatos o las masacres son recurrentes en la pantalla de televisión, la misma que emite minutos después las películas favoritas o los programas de entretenimiento que hacen reír a sus personajes. No sorprende, pues, que uno de estos personajes que nos esboza Haneke sea capaz de cometer un asesinato y, minutos después, comer con total tranquilidad un aperitivo. El director propone claramente a través de los recursos narrativos aquí analizados, una violencia desarmada de sí misma, unos personajes concedores de la atrocidad que cometen sin desasosegarse y un mundo que, gracias a la "espectacularización" del conflicto humano, se ha convertido en un lugar cínico, brutal y sin sentido.

A continuación, pasaremos a desgranar los análisis particulares de cada una de las películas de la trilogía enfatizando aquellas observaciones que subrayen las conclusiones que hemos expuesto.

## BIBLIOGRAFÍA

Delgado, C. L. (2006). El desasosiego de Michael Haneke. *mAGAzin. Revista de Germanística Intercultural*, (17), 60-61.

García, P. F. (2018). Las imágenes catódicas como proyección metafílmica en la trilogía de la glaciación de Michael Haneke. *Trípodos. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna-URL*, (42), 121-135.

Baez, L., & Chataignier, G. (2020). La violencia en la “trilogía de la glaciación emocional” de Michael Haneke. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 43(3), 173-187.

Imbert, G. (2007). Violencia e imaginarios sociales en el cine actual. Versión. *Estudios de Comunicación y Política*, (18), 27-51.

NANCY, J. *The Ground of the Image*. Fordham: Fordham University Press, 2005, p. 15-26.

Brunette, P. (2010). *Michael Haneke*. University of Illinois Press.

Freidenberg, F. (2004) *Los medios de comunicación de masas: ¿también son actores?*. América Latina.

KRIPPENDORFF, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona, Paidós.

Santos Romero, F. D. L. (2009). *El cine dentro del cine (italiano)*

Bernárdez Rodal, Asunción (2002) *Violencia y cine: el sabor amargo de una fascinación*. In *Violencia de género y sociedad: una cuestión de poder*. Ayuntamiento de Madrid, Madrid, pp. 87-108. ISBN 84-699-7328-2

Speck, O. C. (2010). *Funny frames: The filmic concepts of Michael Haneke*. A&C Black.

NANCY, J. *The Ground of the Image*. Fordham: Fordham University Press, 2005, p. 15-26.

Entrevista a Haneke, M. (2012) recuperado por: Cieutat, M., & Rouyer, P. (2018). *Haneke por Haneke* (2.ª ed.). Gonita Filmacción.

## ANEXOS

### RESULTADOS GENERALES DE LA MATRIZ

	Porcentaje Total de minutos en El séptimo continente	Porcentaje Total de minutos en El vídeo de Benny	Porcentaje Total de minutos en 71 fragmentos de una cronología al azar	Porcentaje Total de minutos en La Trilogía de la Glaciación
Televisión	9,18% (00:10:10)	37,95% (00:41:45)	29,04% (00:29:24)	25,39% (01:21:15)
Radio	9,27% (00:10:12)	0,21% (00:00:14)	3,46% (00:03:28)	4,34% (00:13:54)
Periódicos y revistas	1,12% (00:01:14)	3,83% (00:04:13)	4,15 % (00:04:09)	3% (00:09:32)
Publicidad	0,15 % (00:00:10)	0,13% (00:00:09)	1,23% (00:01:14)	0,48 % (0:01:33)
<i>Mass Media</i>	19,72% (00:21:42)	42,13% (00:46:21)	38,25% (00:38:15) 2295	33,21% (1:46:18)
Plano metafílmico del contenido televisivo	0,33% (00:03:42)	16,27% (00:17:54)	14,79% (00:14:48) 888	11,37% (00:36:24)
Violencia catódica	0% (0:00:00)	13,96% (00:15:22)	18,41% (00:18:25)	10,55% (00:33:47)
Violencia Filmica	14,66% (0:16:08)	8,27% (0:09:06)	2,65% (00:02:39)	8,71% (00:27:53)
Televisión con audio inteligible	9,03% (00:09:56)	20,86% (00:22:57)	21,91% (00:21:55)	17,12% 00:54:48
<b>Televisión con imagen inteligible</b>	3,51% (00:03:52)	21,16% (00:23:17)	24,66% (00:24:40)	16,61% (00:53:10)
<b>Radio con audio inteligible</b>	7,06% (00:07:46)	0,21% (00:00:14)	3,35% (00:03:21)	3,54% (00:11:21)
<b>Periódicos y revistas con texto legible</b>	0,16% (00:00:11)	1,40% (00:01:33)	1,23% (00:01:14)	0,92% (00:02:58)
<b>Publicidad inteligible</b>	0,15% (00:00:10)	0,13% (00:00:09)	1,23% (00:01:14)	0,48 % (0:01:33)
<b>Contenido televisivo informativo</b>	0% (0:00:00)	6,77% (00:07:27)	27,03% (00:27:02)	10,77% (00:34:29)
<b>Contenido televisivo de entretenimiento</b>	9,15% (00:10:08)	5,19% (00:05:43)	1,45% (00:01:27)	5,39% (00:17:14)
<b>Contenido televisivo de circuito cerrado</b>	0% (0:00:00)	25,98% (00:28:35)	0,76% (00:00:46)	9,17% (00:29:21)
<b>Contenido radiofónico Informativo</b>	4,54% (00:05:00)	0 % (00:00:00)	0,11% (00:00:07)	1,59% (00:05:07)
<b>Contenido radiofónico de entretenimiento</b>	4,72% (00:06:52)	0,21% (00:00:14)	3,23% (00:03:14)	2,70% (00:08:40)
<b>Violencia catódica de los Mass Media</b>	0% (0:00:00)	5,75% (00:06:20)	18,41% (00:18:25)	7,73% (00:24:45)
<b>Violencia catódica de circuito cerrado</b>	0% (0:00:00)	9,72% (00:10:42)	0% (00:00:00)	3,34% (00:10:42)

## RESULTADOS ESPECÍFICOS DE LA MATRIZ SOBRE LOS MASS MEDIA

	Porcentaje específico sobre <i>Mass Media</i> de <i>El séptimo continente</i>	Porcentaje específico sobre <i>Mass Media</i> de <i>El vídeo de Benny</i>	Porcentaje específico sobre <i>Mass Media</i> de 71 fragmentos de una <i>cronología al azar</i>	Porcentaje específico sobre <i>Mass Media</i> de <i>La Trilogía de la Glaciación</i>
Televisión	46,54%	90,08%	78,26%	76,43%
Radio	47,01%	0,50%	6,94%	12,42%
Periódicos y revistas	5,68%	9,10%	10,84%	9,33%
Publicidad	0,77%	0,32%	3,96%	1,82%

## RESULTADOS ESPECÍFICOS DE LA MATRIZ SOBRE LA TELEVISIÓN

	Porcentaje específico sobre Televisión de <i>El séptimo continente</i>	Porcentaje específico sobre Televisión de <i>El vídeo de Benny</i>	Porcentaje específico sobre Televisión de 71 fragmentos de una <i>cronología al azar</i>	Porcentaje específico sobre Televisión de <i>La Trilogía de la Glaciación</i>
Plano metafílmico	36,63%	42,87%	50,34%	44,80%
Televisión con audio inteligible	98,35%	54,97%	74,54%	67,45%
Televisión con imagen inteligible	38,28%	55,77%	83,90%	65,44%
Contenido televisivo informativo	0%	17,84%	91,95%	42,54%
Contenido televisivo de entretenimiento	99,67%	13,69%	4,93%	21,31%
Contenido televisivo de circuito cerrado	0%	68,47%	3,12%	36,15%
Violencia catódica	0%	40,80%	62,64%	43,63%

## RESULTADOS ESPECÍFICOS DE LA MATRIZ SOBRE LA RADIO

	Porcentaje específico sobre Radio de <i>El séptimo continente</i>	Porcentaje específico sobre Radio de <i>El vídeo de Benny</i>	Porcentaje específico sobre Radio de 71 fragmentos de una <i>cronología al azar</i>	Porcentaje específico sobre Radio de <i>La Trilogía de la Glaciación</i>
Radio con audio inteligible	76,14%	100,00%	96,63%	85,98%
Contenido radiofónico informativo	49,02%	0,00%	3,36%	36,81%
Contenido radiofónico de entretenimiento	50,98%	100,00%	93,26%	63,19%

## RESULTADOS ESPECÍFICOS DE LA MATRIZ SOBRE PERIÓDICOS Y REVISTAS

	Porcentaje específico sobre Periódicos y revistas de <i>El séptimo continente</i>	Porcentaje específico sobre Periódicos y revistas de <i>El vídeo de Benny</i>	Porcentaje específico sobre Periódicos y revistas de 71 fragmentos de una <i>cronología al azar</i>	Porcentaje específico sobre Periódicos y revistas de <i>La Trilogía de la Glaciación</i>
Periódicos y revistas con texto legible	14,86%	36,75%	29,71%	31,11%



## RESULTADOS ESPECÍFICOS DE LA MATRIZ SOBRE PUBLICIDAD

	Porcentaje específico sobre Publicidad de <i>El séptimo continente</i>	Porcentaje específico sobre Publicidad inteligible de <i>El video de Benny</i>	Porcentaje específico sobre Publicidad de 71 fragmentos de una cronología al azar	Porcentaje específico sobre Publicidad de <i>La Trilogía de la Glaciación</i>
Publicidad inteligible	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

## RESULTADOS ESPECÍFICOS DE LA MATRIZ SOBRE VIOLENCIA

	Porcentaje específico sobre Violencia de <i>El séptimo continente</i>	Porcentaje específico sobre Violencia de <i>El video de Benny</i>	Porcentaje específico sobre Violencia de 71 fragmentos de una cronología al azar	Porcentaje específico sobre Violencia de <i>La Trilogía de la Glaciación</i>
Violencia catódica	0%	63,06%	87%	54,78%
Violencia fílmica	100%	36,94%	13%	45,22%

## RESULTADOS ESPECÍFICOS DE LA MATRIZ SOBRE VIOLENCIA CATÓDICA

	Porcentaje específico sobre Violencia catódica de <i>El séptimo continente</i>	Porcentaje específico sobre Violencia catódica de <i>El video de Benny</i>	Porcentaje específico sobre Violencia catódica de 71 fragmentos de una cronología al azar	Porcentaje específico sobre Violencia catódica de <i>La Trilogía de la Glaciación</i>
Violencia catódica de los Mass Media	0%	41,21%	100%	73,26%
Violencia catódica de circuito cerrado	0%	69,63%	0%	31,67%

## RESULTADOS ESPECÍFICOS DE LA MATRIZ SOBRE VIOLENCIA FÍLMICA

Columna1	Porcentaje específico sobre Violencia fílmica de <i>El séptimo continente</i>	Porcentaje específico sobre Violencia fílmica de <i>El video de Benny</i>	Porcentaje específico sobre Violencia fílmica de 71 fragmentos de una cronología al azar	Porcentaje específico sobre Violencia fílmica de <i>La Trilogía de la Glaciación</i>
Presencia de los <i>Mass Media</i> en la violencia fílmica	67,45%	24,90%	9,43%	42,91%