

EL REVÉS DE LA IMAGEN

MARTÍN VALMASEDA

Cauce. Guatemala

Entre la invasión de imágenes que nos presenta el cine intento presentar unas cuantas películas que nos sirvan para analizar lo que muchas veces esas imágenes falsean. Una de esas películas es “inocente”. Las otras tres sin ninguna inocencia.

1. Cuando se les explica a algunas personas el revés de la trama tejida en el “Rey León” pueden acusarnos de malpensados y de que vemos fantasmas por todas partes... ¡Una película tan infantil, tan sencilla! Sin embargo, si tienen ustedes ocasión, vuelvan a ver esa inocente producción para niños, y comparen la historia que en ella se narra con la estructura social del mundo.

Lo astuto del filme es presentar la historia que se cuenta (y el mundo que en ella se describe) como un reflejo “natural” de la vida. Los animales acuden a rendir pleitesía al rey de la selva y se inclinan ante el león-rey y su hijo, que les saluda majestuoso allá en lo alto de la roca. Alguien sí sube hasta el trono: es ese hechicero con báculo (sólo le falta la mitra) que se abraza con el jefe y «bautiza» al leoncito dejándole la sagrada marca del poder. La canción que acompaña a esa primera secuencia habla del ciclo de la naturaleza, ese ciclo donde la vida pide que los animales grandes se coman a los pequeños. Todo natural.

Quien no acepta esa situación es el otro león rebelde, de barba negra y puntiaguda que envidia al legítimo monarca rubio, huero, canche... Si tienen ocasión de volver a ver la película se podrán fijar en cómo la media luna marca de maneras diversas al león malo y sus secuaces. Secuaces que en la versión latinoamericana hablan con el típico acento de los chavos de banda mexicanos...

Las masas desbocadas en la estampida causan la muerte del rey. Se adueña de la selva el Bin Laden –perdón–, el malo de la película, mientras el leoncito tiene que huir «al tercer mundo» tan simpático e intrascendente...

Ese tipo de imágenes no está sólo en películas. Conocerán tal vez el libro clásico de Dorfman y Mattelart «Para leer al pato Donald», que analiza el contenido ideológico en las historietas de la familia Donald. El análisis sobre estas producciones nos ayuda a comprobar el poder de una historia en imágenes cargadas de ideología, aparentemente intrascendentes.

Pasamos página y nos referiremos a otros filmes, no de dibujos, en los que gente menos inocente nos presenta en caricatura situaciones que se ven al principio como naturales. Estas películas van desvelando poco a poco los intereses y el poder de quienes tienen en sus manos la producción de imágenes.

2. Para comenzar cito a Víctor Marí Sáez: «La película ‘El show de Truman’ (Peter Weir, 1998) plantea un tema central que estudia el manejo audiovisual de los grandes grupos multinacionales. Un *reality show* ha ido siguiendo la vida de Truman desde su nacimiento hasta el presente, cuando el protagonista principal tiene cumplida la treintena... Un protagonista que no es consciente de que el mundo en que vive es un enorme plató de televisión».

En realidad esta película tiene algo de común con el Rey León. La diferencia es que en la película de Disney un mundo injusto es presentado como bueno, «natural», mientras en la de Peter Weir se descubre todo como un inmenso decorado donde un «big brother» maneja a la gente, sin que los manejados sean conscientes de serlo. Cada uno podemos preguntarnos: en mi caso concreto, ¿no existe también un realizador que me está manejando sobre el esquema de su guión sin que yo me dé cuenta?

3. Algo semejante -a nivel más político- nos cuentan las imágenes de «Escándalo en la Casa Blanca» (Barry Levinson 1997).

Otro inteligente director de cine, movido por la ambición y las ofertas de los auxiliares del Presidente, monta una falsa guerra y atentados en Albania, para distraer la atención del público ante un escándalo presidencial y salvar así su reelección...

El título inglés (*Wag The Dog*) se apoya en el proverbio «el perro mueve la cola»... Pero, ¿y si la cola moviera al perro? Nos hace pensar que el antiguo «cuarto poder» que se enfrentaba con el poder político hoy es manejado más frecuentemente por los otros poderes políticos y económicos. Se va terminando la romántica historia del periodista que destapa la corrupción. El que intenta hacerlo puede «sufrir un accidente». Las imágenes de la televisión van quedando controladas por unas fuerzas políticas y económicas globalizadoras, que son también creadoras de nuevos mundos.

En esa guerra de Albania pueden elegir los directores

hasta el color del gatito con el que huye la tierna joven-cita «víctima». Una víctima que está huyendo no en los campos albaneses, sino sobre el fondo azul del «croma key» del estudio, que, apretando un botón, se convierte en una ciudad en ruinas entre disparos y gritos.

Muchos casos semejantes, reales, nos los cuentan Chomsky y S. Hermann en su análisis «Los guardianes de la libertad», libro en el que, entre otros temas, revisa los manejos de imágenes y comentarios que deformaron las causas del atentado a Juan Pablo II.

3. Una tercera película carente de inocencia es la que se llama precisamente «El cuarto poder». El tema es menos político y su contenido es más humano. Un reportero (Dustin Hofmann) aborda el caso de un secuestrador, perturbado por problemas laborales, sobre el que se lanzan como buitres otros productores de

imagen hasta convertirlo en feroz terrorista y, consecuentemente, en víctima.

Estas películas, ofrecidas a modo de ejemplo, tienen un contenido común: muestran que muchas veces las imágenes no son reflejo de lo que ocurre, sino invento de algo que no ocurre, o que sucede de otra manera. Como en el caso del Rey León, son falsas parábolas que impiden un sincero análisis del mundo y la historia. Muchas veces, los medios de comunicación no reflejen la realidad: la producen. Por algo se llama a quienes trabajan en ellos «productores» y «creadores». Y los espectadores acaban creyéndose aquello que esos pequeños dioses han creado.

Chomsky comienza el libro antes citado con una frase de John Milton: «Aquel que ha cegado los ojos del pueblo le echa en cara su ceguera». □

BIBLIOGRAFIA SOBRE COMUNICACIÓN

ALFARO, Rosa María, *Comunicación. Ciudadanía. Espacio local*, UBA, Buenos Aires.

BAGDIKIAN, Ben, *The Media Monopoly*, Beacon Press, Boston 1990 (3ª ed).

BECK, U., *La sociedad del riesgo global*, Siglo XXI, Madrid, 2002

BRIGGS, Asa y BURKE, Peter, *A Social History of the Media – From Gutenberg to the Internet*, Polity, Cambridge 2002.

CASTELLS, Manuel, *La era de la información* (3vols), Alianza, Madrid, 1997 y 2001.

CASTELLS, Manuel, *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*, Plaza y Janés, Madrid, 2001

CHOMSKY, Noam y RAMONET, Ignacio, *Como nos venden la moto*. Icaria, Barcelona 1995

COCKBURN, A., *Corruptions of Empire*, Verso, London 1988.

COHN, Gabriel, *Comunicação e Indústria Cultural*, Editora Nacional, São Paulo 1971.

COSTA LIMA, L., *Teoria da Cultura de Massa*, Paz e Terra, RJ1978.

CROSS, Donna Woolfolk, *Mediaspeak: How Television Makes Up your Mind*, Mentor, Nueva York 1983

DELORS, Jacques, *La educación encierra un tesoro*, Santillana, Madrid 1996

DIAMOND, Sara, *Spiritual Warfare: The Politics of the Christian Right*, South End Press, Boston 1989.

ENTMAN, Robert M., *Democracy Without Citizens: Media and the Decay of American Politics*, Oxford University Press, NY1989.

ERBOLATO, Mario, *Deontologia da Comunicação Social*, Vozes, Petrópolis 1982.

GALEANO, Eduardo, *Patás arriba, la escuela del mundo al revés*, Siglo XXI. Madrid.

GUARESCHI, P. e outros, *Os Construtores da Informação – Meios de Comunicação*, Ideologia e Ética, Vozes, Petrópolis 2000.

HABERMAS, Jürgen, *Mudança Estrutural na Esfera Pública*, Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro 1984.

INNIS, Harold A., *Empire and Communications*, Oxford University Press, Oxford 1950.

JOHANNESSEN, Richard L., *Ethics in Human Communication*, Waveland Press, Prospect Heights, Ill. 1983.

KAPLÚN, Mario, *Comunicación de Masa en América Latina*, Ediciones Educativas, Bogotá 1979.

LAGE, Nilson, *Controle da opinião pública: um ensaio sobre a verdade conveniente*, Vozes, Petrópolis 1998.

LÉVY, P., *As Tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*, Editora 34, Porto Alegre 2004.

LÓPEZ VIGIL, José Ignacio, *Ciudadana Radio*, Lima.

LUTHE, Hans, *Che cos'è la manipolazione*. Concilium 65(1971) 23(879)-41(897).

MARTÍN BARBERO, J., *Pre-textos: Conversaciones sobre la comunicación*, Universitaria del Valle, Cali, Colombia.

MATTERLART, Armand (org), *Communication and Class Struggle*, International General, Nueva York 1979.

MCLUHAN, Marshall, *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*, Cultrix, São Paulo 1964.

MORAES, Dênis (org), *Por uma outra comunicação*, Record, Rio de Janeiro 2003.

MORIN, E., *Cultura de Massa no Século XX*, Forense Universitária, Rio de Janeiro 1980.

NEGROPONTE, Nicholas, *A Vida Digital*, Companhia das Letras, São Paulo 1955.

PÉREZ TORNERO, J.M., *Comunicación y educación en la sociedad de la información*, De la Torre, Madrid 2002.

RAMONET, Ignacio, *La tiranía de la comunicación*, Debate, Madrid 2003.

RESGUILLLO, Rossana, *En la calle otra vez. Las bandas, identidad urbana y usos de la comunicación*, ITESO, Guadalajara, Méx.

THOMPSON, JB., *Ideologia e Cultura Moderna* Vozes, Petrópolis 1995.

TURKLE, Sherry, *Life on the Screen – Identity in the Age of the Internet*, Weidenfeld & Nicolson, Londres 1996.

WILLIAMS, Raymond, *Los Medios de Comunicación Social*, Ediciones Península, Barcelona 1978. □