
GRANADA, EL SEÑOR PRESIDENTE Y LA IMAGEN VIDEOGENICA

OSCAR MONTERO



Durante la guerra en Vietnam, la imagen televisada de sus horrores cotidianos puso fin al proyecto electoral del presidente Lyndon Johnson. La imagen de una niña vietnamita corriendo y gritando por una carretera, el cuerpo cubierto de ardiente napalm incendiario arrojado por los aviones de la fuerza aérea de los Estados Unidos tuvo a la larga más peso que cualquier argumento oficial a favor de una em-

presa condenada a la derrota desde su comienzo. Se hablaba entonces del "margen de credulidad" del gobierno; quería decirse que entre lo que afirmaban los portavoces del mismo y lo que se veía en la pantalla doméstica había una laguna de mentiras. Actualmente los locutores y comentaristas de la televisión navegan por semejantes lagunas sin darse por enterados. Los mecanismos de control de las megacorporaciones a quienes pertenecen los medios de información pueden ser sutiles o descarados, o las dos cosas a la vez; el resultado es el mismo: confundir al televidente para reemplazar la duda o la incertidumbre con las suposiciones que se agrupan bajo el poderoso mito llamado "la opinión pública". La verdad es que "la opinión pública" es el producto no del público sino del sistema de información que lo manipula.

El propósito de la marejada de información que nos inunda es confundir por demasía para situar en el enjambre de grotescos titulares y brillosas imágenes una "verdad" alejada de cualquier realidad, fundada en los mismos entuertos del sistema de información. Frente al deseo de ponerlo todo en *off*, de apagar los aparatos, apartar la vista y aturdirse en otra parte de "la pesadilla con aire acondicionado" des-

crita por Henry Miller, la única alternativa es tratar de observar los manejos de un proceso insidioso.

En los Estados Unidos cualquier suceso en la política internacional estalla en la pantalla del televisor como un evento arrancado de todo contexto histórico; lo que ocurra se relaciona acto seguido a una serie de términos telegráficos del cual surge un significado torcido que se repite hasta la náusea. Así quedan vinculados inverosímilmente los sucesos más apartados. Así se relaciona, por ejemplo, la muerte de casi trescientos infantes de Marina en Beirut a la invasión de Granada. El denominador común de los dos sucesos es la amenaza de lo que el presidente y los voceros de la Casa Blanca llaman "el comunismo internacional". Con dicha frase no se refieren a un sistema político y económico determinado sino a una especie de plaga interplanetaria que se traga ciudades enteras en las películas de horror de los años cincuenta fabricadas en Hollywood para explotar la paranoia peculiar de la década de McCarthy.

La explosión en el campamento estadounidense en Beirut puso en las noticias del día el desastre de la intervención de este país en el Medio Oriente, apenas escamoteada detrás del teatro de "las fuerzas internacionales de la paz" y del papel vicario de Israel. El incidente no sólo demostró lo desastroso del esfuerzo imperial de los Estados Unidos en esa región, sino también la ineptitud táctica de los comandantes de la Marina que ni siquiera sabían a ciencia cierta si se habían colocado o no las barreras protectoras que hubieran desviado la trayectoria del camión explosivo que pulverizó el vivac yanqui. Tampoco había duda de que el incidente tendría repercusiones en las próximas elecciones presidenciales de 1984. Nada más oportuno, por lo tanto, para retirar de la primera plana de los noticieros vespertinos la ima-

gen de las largas filas de ataúdes traídos de Beirut que la invasión de Granada por los mismos *marines*, idénticas fichas en un grotesco tablero manejado desde "la oficina oval", el despacho presidencial en la Casa Blanca. Rápidamente se difundió la imagen de los Estados Unidos atacados en dos "frentes" por el mismo enemigo. Ya no era cuestión de lamentar lo ocurrido en Beirut, afirmó casi lloroso el señor presidente, sino de defender la isleta caribeña de "matones izquierdistas", de defenderla de *leftist thugs**, dijo. En relación a la invasión de Granada la frase resulta vacía de todo sentido; es una de las tantas que fabrican los escritores presidenciales. Sin embargo, para "el consumidor promedio" de quien hablan las encuestas, el que mecánicamente enciende el aparato para ver el noticiero, la frase "matones izquierdistas" llega cargada de un vago significado cuya intención es sembrar la incertidumbre y el pánico para justificar en una maniobra verbal lo que no puede justificarse de ninguna otra forma: la agresión militar en Granada. Al escamoteo verbal se añade el peso de la imagen presidencial captada en la pantalla casera y el dejo apaciguante y monótono de la voz de actor bien ensayado.

Hay que notar que la televisión norteamericana es un enloquecedor bombardeo de imágenes que apenas duran unos segundos; incluso en los noticieros se alterna la imagen del locutor o la locutora con fragmentos de metraje entre los cuales se intercala inesperadamente cualquier anun-

*La palabra *leftist* tiene un significado casi pronominal: es todo lo que no sea *rightist* o derechista y lo mismo se le aplica a un líder socialista que a una película de Hollywood que presente favorablemente un tema feminista. En cuanto a *thug*, la palabra se refiere a un antiguo grupo de ladrones y asesinos profesionales en la India que estrangulaban a sus víctimas; la palabra viene del hindú *thag*. Actualmente, *thug* quiere decir en inglés cualquier matón callejero particularmente abusador.

cio: a la noticia de un tiroteo en un suburbio se corta a la imagen de una dentadura echando burbujas en un vaso de agua para anunciar un dentífrico especial para dientes postizos. En los programas de variedades el ritmo de las imágenes se acelera para crear esa especie de hipnosis que alela al televidente. Incluso en los dramones y telenovelas, la cámara se impacienta y salta de un actor a otro, de un escenario a otro. En las telepelículas de acción, la escena central suele ser la lucha a muerte entre dos rivales; la cámara parece saltar con cada patada para erguirse al final con el matón victorioso. Si no, se ve la fuga en un auto con una de las cámaras montada en el capó captando el desfilar vertiginoso del paisaje. Sin embargo, cuando habla el presidente de los Estados Unidos la cámara parece haberse clavado frente a su escritorio. Durante quince o veinte minutos, una eternidad en términos del tiempo televisado, sólo se ve la imagen presidencial, habilidosamente maquillada, favorecida por el marco halagador del traje azul eléctrico y el trasfondo verdoso de un jardín vislumbrado por el amplio ventanal. En una consola colocada debajo del mismo se destacan dos o tres fotos familiares, algunos libros, y por supuesto, a la derecha de la pantalla, la bandera de "las estrellas y las rayas". Así se completa un cuadro cuyo impacto visual pretende garantizar la autoridad de cualquier tema que se aborde por descabellado que sea. El presidente es la única persona en todo el país que por veinte minutos o más habla sin interrupción sin que se mueva un ápice la obediente cámara que reproduce siempre la misma imagen frontal: nada de soslayo, nada oblicuo, como si la verdad dependiera del ángulo videográfico.

El día después de la transmisión presidencial sobre Beirut y Granada, afirman los noticieros que las encuestas nacionales apoyan la decisión del presidente. Dichas

encuestas se hacen a determinado número de personas, en un contexto altamente controlado en el cual las mismas preguntas ya contienen las respuestas. Ejemplo: "¿Cree Ud. que se deben usar fuerzas militares norteamericanas para proteger a los ciudadanos norteamericanos que residen en Granada?" Según el comentarista, más del cincuenta por ciento responde que sí. Si la mayoría de los interrogados no sabe dónde se encuentra Granada y mucho menos el contexto de lo que ha ocurrido allí, tanto mejor. La pregunta sólo apela a un vago deseo de "proteger" a un compatriota. Las encuestas no averiguan la opinión pública, sino que pretenden formarla divulgando tal o tal porcentaje a favor o en contra de la última maniobra de la Casa Blanca. El mismo sistema fomenta la desconfianza al proceso político, la indiferencia y la apatía del ciudadano. En el nefasto vacío que resulta se instala cómodamente el poder que pretende manipularnos.

Las voces de protesta que se oyen en contra de la agresión imperialista en Granada aparecen en revistas y periódicos, pero llegan en limitadas dosis a la pantalla del televisor casero. En las primeras horas después de la invasión, el director de la escuela de medicina norteamericana en St. George declaró desde Long Island, New York, que los estudiantes corrían más peligro después de la invasión que antes. Horas después retiró lo dicho y se difundió estrepitosamente la versión de los hechos de algunos estudiantes que ridículamente besaban los pies de los infantes de Marina que "les salvaron la vida". Luego fueron invitados a la Casa Blanca donde el presidente y la primera dama los recibieron personalmente en un vistoso acto de relaciones públicas. El agradecimiento fue mutuo. Los estudiantes entraron, aunque fuera pasajeramente, en un episodio importante, es decir, televisado y difundido

do por los *mass-media*. Fueron, como dijo Warhol, "estrellas" por quince minutos. Por su parte, el presidente de los Estados Unidos afirmó que la invasión fue en gran parte necesaria para proteger a los estudiantes y otros ciudadanos norteamericanos que se encontraban en Granada. Algunos senadores y representantes han protestado contra la invasión, pero recientemente en maniobras politiqueras de hueca solidaridad parecen apoyar al presidente. En un momento el presidente de la Cámara de Representantes Thomas O'Neill afirmó en una entrevista en el *New York Times* (martes, 1ro de noviembre):

No, no me gusta lo que vi la semana pasada, aunque los infantes de Marina hayan sido victoriosos. Puede que haya existido la posibilidad que nuestros estudiantes hayan corrido peligro, pero hace dos años que él [Reagan] anda buscando la oportunidad de meterse en Granada.

Después de dichas declaraciones, el representante O'Neill ha cambiado su opinión para apoyar la versión de la Casa Blanca, ahora respaldada por el reportaje mendaz de una comisión investigadora que pasó unas horas en la isla de Granada. La actitud cambiacasaca de O'Neill sólo demuestra el oportunismo político y el *impasse* moral en que se encuentra el liderazgo del partido demócrata.

Otro aspecto de la invasión de Granada que ha causado algunos preocupados comentarios en la prensa, aunque por la televisión no se divulgan, es que por primera vez en la historia bélica de los Estados Unidos se ha prohibido la entrada de la prensa al territorio invadido. No hubo esta vez imágenes de combate que inquietaran al televidente como ocurrió durante la guerra de Vietnam. Lo que sí se puede ver en la televisión es un reportaje sobre la prensa en Nicaragua. Bajo una máscara de la más honesta "objetividad" periodística,

un reportero norteamericano acosa a un líder nicaragüense con preguntas sobre "la libertad de prensa" en Nicaragua, un país que apenas surge de la larga pesadilla somocista patrocinada descaradamente por el gobierno norteamericano y sus empresarios afiliados, un país que se tambalea frente a la despiadada agresión contrarrevolucionaria dirigida desde Miami y Washington vía Honduras, cuya embajada norteamericana, aparatosamente ampliada, se ha convertido en una casamata de donde se pretende manejar la "inestabilidad" de la región, según los voceros del Pentágono. En la región del Caribe, a los 4,000 soldados estadounidenses en Honduras se añaden 9,000 en Panamá, 2,332 en la base de Guantánamo en Cuba, 5,500 en Granada y 56 "consejeros" en El Salvador, según un mapa publicado por la revista *Time* (7 de noviembre de 1983, p. 29). La llamada "inestabilidad" de la región, el pretexto que usa el gobierno de Washington para justificar semejante despliegue de poderío militar, se debe en gran parte a la presencia agresiva de la armada yanqui y al sistema económico que ésta respalda.

Las primeras noticias de un reportero estadounidense desde Granada llegaron en directo al noticiero vespertino cuatro o cinco días después de la invasión. Con mano delicada de finas uñas esmaltadas, la locutora descuelga un teléfono blanco para compartir con el televidente las palabras del reportero que habla desde Barbados después de haber pasado unas horas en la capital granadina. El reportero dice que todo va bien, que sobra la comida, que se le trata bien y que sobre todo ha podido encontrar "un buen hotelito limpio". Ha dicho en inglés, "a nice clean little hotel". Inmediatamente, en una de esas maniobras alucinantes de la televisión norteamericana se corta a un anuncio: en una playa de arenas blancas, una bella mujer morena

nos invita a visitar un país caribeño donde sin duda sobran los hoteles limpios y acogedores. La televisión nos aleja vertiginosamente de la realidad reportada, ya de por sí violentamente deformada. La serie de imágenes que se ven bajo el tema de la invasión de Granada no dice nada sobre la innecesaria matanza y la injustificada agresión del gobierno.

La noticia de la invasión de Granada llega en un contexto visual que incluye a la bonita locutora y el teléfono blanco que trae la voz, sin imagen y por lo tanto aislada, del reportero que habla desde un lugar distante, también sin imagen y por lo tanto casi inexistente videográficamente; incluye también el anuncio turístico que

revela la fantasía imperial en su registro más grotesco: encontrar en cualquier rincón del mundo el acogedor albergue y la sonriente muchacha, el lejano eco de Dorothy Lamour envuelta en trajes de estampa "tropical". Ni hablar de un contexto histórico, económico, ideológico en el cual situar la noticia. Lo importante es crear una serie visual que no permita que el televidente apague el aparato. Se trata de un transparente mecanismo de manipulación que no valdría la pena comentar, mucho menos mirar, si no se supiera que detrás del bombardeo irisado de los rayos catódicos se encuentra la estela sangrienta de una horrorosa e irreparable destrucción. ■



CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

¡Suscribase!

- o POR UN NUEVO ORDEN INFORMATIVO
- o NUEVAS CORRIENTES TEORICAS DE LA COMUNICACION
- o COMUNICACION ALTERNATIVA
- o DE MOCRATIZACION DE LOS SISTEMAS DE INFORMACION



- o INNOVACIONES TECNOLOGICAS Y PEDAGOGICAS
- o TEMAS DESARROLLADOS POR LOS ANALISTAS MAS REPRESENTATIVOS DE LA COMUNICACION DE AMERICA LATINA Y EL MUNDO.

Si requiere más información, diríjase a CHASQUI, apartado 584, Quito, Ecuador.



