

2

metodologías
de análisis
del film

Javier Marzal Felici
Francisco Javier Gómez Tarín
(editores)

a



x

Del mundo globalizado a la perspectiva del cine después del 11 de septiembre: el trailer

Maximiliano Martín Vicente
Raquel Cabral
UNESP University – San Pablo – Brasil

[...] *En la primera noche ellos se aproximan
y roban una flor
de nuestro jardín.
Y no decimos nada.*
*En la segunda noche, ya no se esconden;
pisan las flores,
matan nuestro perro,
y no decimos nada.*
*Hasta que un día,
el más frágil de ellos
entra solo en nuestra casa,
nos roba la luz, y,
conociendo nuestro miedo,
nos arranca la voz de la garganta.
Y ya no podemos decir nada.*

(Eduardo Alves de la Costa, poema:
En el camino, con Maiakóvski)

LA GLOBALIZACIÓN Y SUS DESDOBLAMIENTOS

Algunos hechos tienen importancia vital para acelerar y entender los cambios más profundos de una sociedad. Al mirar el final del siglo pasado y el inicio del actual, el fin del muro de Berlín, la guerra del Golfo y la implementación de medidas destinadas a regular la libertad económica y política son apuntados como los factores que culminarían con el final de una época en la cual se encontraban algunos valores identificados como los componentes del Welfare State.

El golpe final a esa era fue dado en el 11 de septiembre de 2001 cuando el Boeing 767-200 de American Airlines con 92 personas a bordo se estrelló contra la Torre Norte del World Trade Center, 18 minutos después un Boeing 767-200 con 65 personas a bordo se impacta contra la Torre Sur y un tercer objeto destruyó parte del Pentágono. El resultado no podría ser más sorprendente: las Torres Gemelas reducidas a escombros y el Pentágono seriamente dañado mostraban las imágenes del peor ataque sufrido por Estados Unidos en sus más de doscientos años de historia.

Los autores del ataque sabían muy bien lo que querían y por esa razón calcularon y planearon sus actos para que se viera al vivo por el mayor número de personas posibles. Al mismo tiempo en la ofensiva hay una simbología con un significado muy preciso. Las Torres Gemelas representan el símbolo del capitalismo americano, los aviones tiraron la seguridad de los pasajeros y el Estado americano demostró su incapacidad para protegerse y proteger sus ciudadanos.

En respuesta, Estados Unidos cierra el espacio aéreo norteamericano y el presidente Bush promete cazar y castigar ejemplarmente a los culpables de “los atentados”. De esta manera se declaraba la primera guerra del siglo XXI. No era una guerra contra un país o Estado sino contra el terrorismo. Sin tener mucha seguridad se señaló a Osama bin Laden y su red Al-Qaeda como los responsables y mentores de los ataques. Así, nacía el nuevo siglo bajo un panorama muy sombrío (Chomsky, 2002). Los medios de comunicación contribuyeron para la implementación del nuevo mundo, sin que ofrecieran una reflexión crítica o sin que pensasen en los desdoblamientos de lo que noticiaban.

Las medidas tomadas por la mayor potencia del planeta no se limitaron a realizar el contraataque. El presidente Bush dio muchos nombres a la reacción. Inicialmente la llamó de “cruzada”, luego de “justicia infinita” para finalmente nombrarla de “libertad duradera”. Todos esos nombres pueden resumirse de la siguiente manera: hay dos tipos de personas y países en el mundo, los que están a favor de los Estados Unidos y los que están contra (bien-mal). Evidentemente lo que se vio después es algo que nos hace pensar en los conceptos de libertad, alteridad y diversidad tal como eran entendidos tradicionalmente (Hall, 2001). Este cambio brusco liderado por los Estados Unidos merece algunas consideraciones más detalladas destinadas a comprender la situación que se consolida en el mundo después del 11 de septiembre.

Dany-Robert Dufour (2005), filósofo francés, uno de los pensadores más críticos y más preocupados con las condiciones en las cuales el mundo se encuentra hoy asegura que vivimos un momento especial en el cual ocurre el triunfo del mercado sobre las demás acciones humanas. Decir esto, recuerda Dufour, implica en pensar que la moral, la cultura, las relaciones y otros valores no pueden impedir la libre circulación de las mercancías. Por eso es por lo que el nuevo capitalismo intenta desmantelar cualquier valor simbólico únicamente en beneficio del valor monetario neutro de la mercancía. Dado que ya no hay nada sino un conjunto de productos que son intercambiados por su estricto valor comercial, los hombres deben librarse de todas las preocupaciones culturales y simbólicas que, hasta hace poco tiempo, representaban preocupaciones comunes a toda la sociedad y garantizaban sus cambios.

La preocupación de Dufour, nos parece muy pertinente pues muestra como el ser humano, en la actualidad, además de tener sus relaciones de trabajo determinadas por el valor de las mercancías sufre, cuando descansa, la acción de los factores culturales que, también, reflejan los intereses del capital. Basta ver cómo las industrias del entretenimiento, notadamente las de la televisión y las del cine, están conectadas en los Estados Unidos, país que más genera imágenes y principal exportador mundial de productos culturales mediáticos (Mattelart, 2000).

Ese panorama es bastante sugestivo, pues nos fuerza a pensar en la efectiva subordinación del campo cultural a intereses económicos, políticos e ideológicos que acaban controlando las industrias de producción y distribución de los bienes culturales. Los valores que generan tales conglomerados no pueden ser muy diferentes de los defendidos por el capitalismo neoliberal. Con eso, se pierde la capacidad de intervención y producción cultural por parte de la sociedad civil, y valores como la libertad y diversidad se comprometen.

Si pensamos y aceptamos que la actividad económica, la política y las relaciones sociales se apoyan, también, en la cultura podemos comprender mejor la preocupación de Dufour. Actuando conjuntamente con los componentes materiales se encuentran los elementos simbólicos y culturales, que acaban dando el sentido para la acción discursiva e ideológica del modelo neoliberal. Vale la pena destacar, que tanto las ideas como la materia, son inertes fuera de las prácticas humanas concretas. Actuamos, en la sociedad en la cual nos encontramos, en función de relatos que recibimos y que pueden desencadenar los cambios o promover el conformismo.

Las fronteras de tal dilema son bastante complejas y nos llevan a dar valor a la producción simbólica que se implementa en la sociedad en los momentos de entretenimiento y de descanso del trabajo ya dominado por el mundo del mercado, tal como lo decía Dufour. Nos interesa destacar aquí que el campo de producción cultural contribuye a la contestación, disputa y emergencia de ideas y proyectos alternativos al pensamiento dominante. Los modelos alternativos siempre usaron la cultura para generar sus valores y su simbología. Con esto, queremos reconocer la importancia de la cultura y sus manifestaciones, su poder de generar valores y de contestar los fundamentos esenciales sobre los cuales se justifican la mayoría de las acciones del mercado, si pensamos en el mundo en que vivimos.

Al destacar la relevancia de las manifestaciones culturales debemos especificar cómo actúan en lo cotidiano. Al estar al alcance de prácticamente todos los miembros de la sociedad, los productos culturales promueven nuevas formas de acción e interacción, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo. Producen y causan representaciones que pueden originar nuevas sociabilidades. Por representación entendemos formas de conocimientos socialmente construidos, que tienen un objetivo práctico: construir una realidad común a un conjunto social. De alguna manera, podemos decir que representar es comunicar estimulando las respuestas. Es producir en el receptor la aceptación de ideas o provocar opiniones contrarias delante de los hechos (noticias) presentadas.

Si aceptamos ese concepto de representación, tenemos que ver como se construyen los bienes culturales, como el cine, llevando en consideración que las representaciones no repiten o reproducen una realidad, la reconstruyen dándole valores positivos o negativos sobre lo que está siendo discutido o presentado al receptor. La comunicación trabaja la representación con el intento de conseguir influenciar su público generando comportamientos. No podemos olvidarnos que la comunicación lida con el imaginario y en esta área predominan las metáforas y las emociones. Como nos recuerda con bastante propiedad Albuquerque (2002: 10) "En cada representación creada, el imaginario está dotado de placer y fantasía, sea esta personificada tanto en una fotografía con fuerte sentido emocional como en un artículo opinativo, lleno de adjetivos que pueden construir un ambiente tranquilo o tenso".

Lo que parece estar muy claro es que el imaginario y la realidad se completan. Los dos vienen juntos en el discurso mediático. Por eso los receptores pueden tomar decisiones diferentes, pues al tomar contacto con el producto cultural, pueden aceptarlo e incorporarlo como seguro y verdadero o pueden desconfiar y pensar que están siendo engañados. Debemos recordar el poder de persuasión que tienen y ejercen los medios entre los receptores. Entendemos persuasión como la capacidad de llevar a convencer o aceptar, no apenas en el sentido neutro y sí en el sentido activo.

Esto significa que el contacto del receptor con el producto cultural provocará una acción, inmediatamente o en el futuro. Sabemos que esta concepción positiva no es la única en las teorías de la comunicación. Otros autores tienen serias críticas sobre la influencia de los productos cul-

turales en la formación de las personas (Lima, 2001: 44). Lo que nos parece importante es que, en la medida en que se masifican pasan a formar parte del universo del receptor y este, difícilmente permanecerá neutro. Los análisis siguientes siguen las sugerencias elaboradas por Kellner (2001: 77) que apropiándose de las ideas de Marx y Engels defiende la necesidad de desmitificar los intereses de la ideología de la clase dominante pues: “concedían a intereses particulares el disfraz de intereses generales que mistificaban o encubrían el dominio de clases sirviendo, de esta manera, a los intereses de dominación”

Intentar comprender los valores encubiertos en las películas es lo que pretendemos realizar en las páginas siguientes. Recordamos que está claro que vivimos en una sociedad en la cual predomina el mercado y que su desdoblamiento repercute en todas las áreas y manifestaciones como nos mostró Dufour.

LOS TRAILERES Y SU SIGNIFICADO EN EL CONTEXTO ACTUAL

Gilles Deleuze en la génesis de su pensamiento sobre el cine, afirma que “las imágenes son comienzo y recomienzo del mundo”; o sea, para él, el cine es un espacio mágico que aproxima los acontecimientos y hechos reales a otro tiempo narrativo, haciendo que con estas categorías se confundan en la tela y entren en el imaginario del espectador, mezclando ficción y realidad.

Como ya fue dicho anteriormente, imaginario y realidad se completan y este ambiente onírico, es fecundo para la instalación de nuevos valores, que vienen contenidos en el discurso mediático. André Parente (2000), defiende la idea que el cine se constituye como un medio complejo y superior a una simple clasificación de género y formato en el universo de la comunicación. Él afirma que el cine, especialmente el moderno, conquistó una categorización en que es posible estar por encima de una narrativa ya que el acto de contar un acontecimiento, no es sólo el hecho de representarlo, pues por su carácter extremadamente propicio a la ampliación del imaginario, el cine consigue crear su propio acontecimiento.

Se trata de una afirmación polémica y que merece reflexión, pues cuando se piensa que en este contexto, la representación asume vida propia, creando por ella misma, su propia realidad, se abre espacio para una poderosa estrategia de comunicación, sin precedentes, que le da la propiedad de intervenir en la Historia. Pensando sobre eso, llegamos a la propuesta de Marc Ferro (2000) que consiste en analizar la íntima relación entre cine y historia en el contexto social. Para él, se trata de un análisis complejo en el que están intrínsecos, varios aspectos que deben ser estudiados de forma a privilegiar la película, como un producto de origen documental, o sea, como un “revelador” ideológico de una determinada cultura, y por eso, vale por aquello que legitimó.

Ferro percibió que cuando queremos investigar las interrelaciones de la película con la realidad, es indispensable analizar elementos como: la narrativa, el escenario, el texto, las relaciones de la obra con el autor, la producción, el público al que se dirige, la crítica y hasta el régimen político en el cual es producida. Él comprendió que además de la obra, también hay una esencia – la realidad histórica – que está allí, muchas veces, escondida y que al ser descubierta, puede revelar algunas implicaciones sociales, políticas y culturales de toda una época.

Para esta tarea, Kellner (2001), propone un análisis político del cine, que él llama de “crítica diagnóstica”, o sea, una metodología que consiste en una “investigación microscópica” sobre la narrativa de la película, que es formada por textos culturales súper elaborados, buscando des-

nuar sus niveles de complejidad en niveles cada vez más profundos, intentando desmitificar las aparentes representaciones para encontrar su esencia.

En este texto, nuestra preocupación se centrará en el estudio de un producto mediático utilizado en la divulgación de las películas, el *trailer*. Partimos de la presuposición de que las consideraciones elaboradas anteriormente también se aplican para los *traileres*, pero no podemos olvidar que presentan peculiaridades que deben ser analizadas de manera más detallada. Se trata de un abordaje inicial que pretende estudiar algunos aspectos peculiares del *trailer* que, simultáneamente, lo aproximan y lo alejan de su fuente que es la propia película.

Sabemos, que el *trailer*, casi siempre, no es producido por el director de su película y, en la realidad, funciona como un *teaser*, una publicidad que intenta seducir al público para asistir a la película. Intenta ser una compilación, una síntesis, una explicación emblemática y simbólica de la narrativa, que sólo podrá ser comprendida en su plenitud, si el espectador asiste a la obra entera. Al intentar ser un discurso súper reducido y lo más fiel posible a la película, llega a generar un equívoco pues se constata, en la mayoría de las veces, que los espectadores se encantan con el *trailer* y crean unas ideas ficticias de la película, que generalmente es frustrada cuando la ven.

Lo interesante es que el cine, como defiende Maffesoli (2005), provoca la contaminación del imaginario para el bien o el para mal. Esa rebelión del imaginario vivido en la historia humana, sugiere una vuelta a las imágenes. Para él, lo que vivimos hoy, no es la saturación de las imágenes y sí la introducción de otros elementos del sentido en el mismo canal mediático del audiovisual. Nuestra forma de percibir el mundo se hizo compleja, de ahí la proliferación de técnicas cenestésicas en los *mass media*, que lanzan mano de otros sentidos además de la visión y la audición. El cine hace uso de medios técnicos o narrativas imaginativas, capaces de sugerir a la imaginación, propiedades que antes eran reservadas al olfato, al tacto o al paladar.

De alguna manera, esas afirmaciones recuerdan lo que Descartes decía de la imaginación. Para él, la imaginación era capaz de invertir nuestras concepciones de racionalidad. También para (Edgar Morin apud Maffesoli, 2005), la imaginación se ha hecho el "hada de la casa" en el contexto de la sociedad de la información, pues el hombre contemporáneo no soportaría concebir la realidad sin imaginación, sin fantasía. Podemos afirmar que el discurso mediático tendrá siempre un terreno fecundo en la narrativa humana.

Eso es lo que pretendemos realizar al buscar una explicación para los dos productos mediáticos seleccionados: los *traileres* del Documental *Fahrenheit 09/11* producido por el periodista norteamericano Michael Moore que llegó a los cines en 2004. El otro es la película *El reino de los cielos*, que intenta reproducir la era de las Cruzadas Cristianas del siglo XI al XIII, elaborado por el director Ridley Scott en 2004 y exhibido en 2005.

El documental *Fahrenheit*, es una crítica declarada al Gobierno Bush, especialmente después de los atentados del 11 de septiembre que desencadenaron la cruzada "contra el terror". El segundo, *El reino de los cielos*, hace apología velada a la era Bush, sugiriendo un paralelo entre el momento vivido entre la Segunda y Tercera Cruzada en 1187, en la fase que sucedió a la muerte de Balduino IV, entonces rey de Jerusalén, forzando una relación histórica con la realidad vivida entre Oriente y Occidente, una visión maniqueísta entre cristianos e islámicos también en los días actuales.

En el *trailer* oficial de *Fahrenheit*, vemos en acción los elementos característicos de un documental que tiene el objetivo de ser fiel a la narrativa de lo real. Cortes rápidos, frases de efecto, esce-

nas destacadas, revelaciones confidenciales, demuestran, poco a poco, una trama política en los bastidores de la tragedia del 11 de septiembre en Nueva York. El tono irónico y de ridiculización con relación a la figura del presidente George W Bush, sugieren un jefe de Estado inescrupuloso e incapaz de administrar una Nación.

En menos de dos minutos, el *trailer* consigue transmitir su mensaje y sugiere que el documental hará revelaciones sorprendentes que no se habían informado sobre el 11 de septiembre hasta entonces. Breves *flash* con testimonios de autoridades renombradas, refuerzan la idea, en el espectador, de que las informaciones son verdaderas. La selección de las mejores imágenes y frases de efecto en la edición del *trailer*, contribuyen a crear el tono de seriedad del relato. En contrapartida, se muestra la ironía en los rápidos *flash* en que el presidente Bush discurrea y en otros momentos que anteceden el hecho. La música de fondo y la congelación de imágenes y frases informales y peyorativas, sugieren un semblante de un hombre que no sabe lo que decir, ni lo que hacer delante de tal situación. Esta dualidad, establecida en el *trailer*, es explícita y lleva a hacer creer que la película podrá cambiar el rumbo de las interpretaciones dadas sobre los atentados a las Torres Gemelas.

Esto es realmente importante pues al realizar la relectura del *trailer* debemos considerar que, de acuerdo con Ferro, pocos instrumentos son tan importantes para despertar la credibilidad y sobriedad en el campo audiovisual, como los documentales. Para él, el documental así como la ficción, reflejan la imagen de una cultura que nos permite conocer el discurso dominante de esa sociedad. Sin embargo, por intentar ser fiel a una realidad, generalmente "distorsiona" ese reflejo, pues es dotado de la responsabilidad de describir e interpretar, según su narrativa, la construcción de la realidad. Y cuando hace eso, conlleva una ideología particular.

Ya en el *trailer* oficial de *El reino de los cielos*, poco más de dos minutos son suficientes para demostrar algunos indicios sobre los valores que serán privilegiados en la obra. Temas como: familia, moral, amor y heroísmo, roban breves *flash* que se asemejan a los guiños de la mirada humana. Cada *flash* no dura más que dos segundos y vienen como *slides* en las cuales, la escena se presenta y se extingue, como si fueran diapositivas presentadas de forma no muy objetiva, en transiciones suaves. Esta técnica da ritmo a la narrativa que empieza despacio, después se hace más veloz y desencadena una sobre posición de imágenes sobre imágenes, sugiriendo emoción y drama a las escenas.

Hay un narrador, cuya presencia da credibilidad al hecho histórico, pues nos remite a la concepción de que, se trata de un observador omnipresente y omnisciente, que todo ve y sabe. Nosotros no estuvimos en aquel entonces, y tenemos sólo una visión parcial del hecho contada por los libros de historia. La totalidad de los hechos nos la cuenta el narrador, un elemento "atemporal". Evidente que el receptor capta esta intención lo que no disminuye la credibilidad de la obra que, por su parte, es una relectura particular, pues no se puede afirmar que todos los elementos de la película son exactamente fieles al tiempo y al espacio retratados.

En la verdad, se trata de una ficción histórica, que crea un drama particular dentro de un hecho histórico mayor, las Cruzadas. Este drama particular es el elemento cultural, el discurso imaginativo, que contamina el restante del montaje cinematográfico. El vestuario, los instrumentos del cotidiano, las armas y los paisajes ¿serán los mismos de la época de las Cruzadas? Y los valores e intereses resaltados en la película ¿serán los mismos de los hombres de la época? Es éste por lo tanto, el texto cultural cargado de ideología que al intentar reproducir tal momento nos muestra valores para nuestra sociedad. Durante el *trailer*, la selección de algunas imágenes en

la edición es sugestiva. El uso de iconos simbólicos universales permite que los espectadores hagan asociaciones estándares incluso sin el auxilio del narrador: el beso, el lloro, el corazón, la cruz, la furia, la ira, la muerte, la casa, la mujer, los campos de trigo verde, el sol y la espada.

Los colores y el uso de la luz también integran una sugerencia narrativa. El empleo de muchos tonos de gris, azul y marrón, en las escenas más tranquilas y en las florestas, nos pasan sensaciones de humedad, de frío, de serenidad o distanciamiento, mientras, el rojo y el naranja aparecen para realzar las escenas de furia, de pasión y de las batallas. En el propio *trailer* también es posible identificar la tendencia de crear valores sobre la historia. Se distingue, desde el inicio, quien está del lado del bien y del lado del mal, quien son los “cristianos” y los “no-cristianos”, quienes deben vivir y quienes deben morir (bien - mal).

La música “eclesial” también contribuye a la identificación y localización del contexto. Abre nuestra sensibilidad para asociaciones contenidas en nuestro imaginario acerca de temas sobre la vida, la muerte y sobre Dios. Todos estos elementos nos llevan a concluir que se trata de una “guerra santa”. La última escena del trailer es muy estimulante, pues muestra el cielo en una noche muy oscura donde balones de fuego son disparados, sugiriendo un ataque demoledor. La asociación de esta escena con los bombardeos de misiles en la ofensiva de los EUA a Afganistán, después de los atentados del 11 de septiembre en 2001, y a Irak en 2003, es ineludible. Sin embargo, la escena siguiente, quiebra este malestar al mostrar otro cielo ahora claro, limpio y un amanecer esperanzado después de la noche sangrienta, sugiriendo la paz que se conquista después de una guerra, cuya causa es santa. La película, hecha por el mismo director de *Gladiador* producido en 2000, presenta varias correlaciones con este, especialmente, al resaltar valores semejantes. Ambos hacen apología al gobierno norteamericano como verdadero sucesor del Imperio Romano en los días actuales.

CONSIDERACIONES FINALES

Creemos haber demostrado que es posible aplicar la metodología de Kellner para analizar no sólo las películas, sino también los *traileres*. Entendemos que los *traileres* estudiados presentan visiones opuestas lo que se demostró examinando sus imágenes, escenas y fragmentos tal como son presentados al público. Sin embargo, nos cabe decir que estos son formatos típicos que poseen algunas variables, que merecen un estudio particular, especialmente con relación a la velocidad de las escenas y a la síntesis de la narrativa. También recordamos que el ejercicio de análisis no puede acabar con el deseo de apreciar una obra cinematográfica con toda su fascinación y encanto, sino que él también nos revele y nos alerte sobre los posibles intereses contenidos en su discurso, principalmente en la relectura de un episodio histórico (documental o ficción), pues, eso puede influenciar la comprensión sobre nuestra propia historia, al entrar en nuestra casa, seducir nuestra mente y conquistar nuestro corazón.

Bibliografia

ALBUQUERQUE, Caio. *Notícia Impressa x história de vida: o jornalismo e o relato de testemunhas da ditadura em Piracicaba*. Tesina presentada al programa de Comunicación, FAAC, UNESP University, 2002.

DUFOUR, Dany R. *O homem neoliberal: da redução das cabeças à mudança dos corpos*. Disponible en: <http://www.diplo.com.br/aberto/0504/indice.htm> Acceso: 13 ago. 2005

FERRO, Marc. *Cinema e História*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2001.

KELLNER, Douglas. *A Cultura da mídia – Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LIMA, Venício. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

MAFFESOLI, Michel. *O material e o simbólico na cultura contemporânea: O audiovisual, as artes digitais e os meios tecnológicos de produção*. Conferencia presentada en el Simpósio Interfaces de las Representaciones Urbanas en tiempos de la Globalización, SESC-Bauru-SP y FAAC, UNESP University, 26 ago. 2005.

MATTELART, Armand. *A globalização da comunicação*. Bauru: EDUSC, 2000.

PARENTE, André. *Narrativa e modernidade – Os cinemas não-narrativos do pós-guerra*. Campinas, SP: Papirus, 2000.

SANTOS, Andréa P. *O audiovisual como documento histórico: questões acerca de seu estudo e produção*. Disponible en: <http://www.mnemocine.com.br/pesquisatextos/andrea1.htm> Acceso: 17 jan. 2005.