

• TRANSICIONES •

Victor Alejandro Espinoza Valle



La primacía de la imagen

Es común que cuando encontramos a un grupo de turistas asiáticos, en particular japoneses, nos sorprenda su obsesión por captar todo lo que ven a su paso. Parecería que parten de la idea de que lo que no es fotografiado no existe; sólo es real lo que puede quedar impreso en un negativo. Es la captura del instante, del momento, de la realidad cuadrículada y en pedacitos. La consigna es "foto, foto, foto". La búsqueda por congelar lo que vieron a su paso, es considerada como la prueba irrefutable que salieron de su tierra y se llevaron el destino en una película.

No deja de llamar la atención el que los turistas japoneses procedan del país con el más alto grado de desarrollo tecnológico y que poseen una gran cantidad de patentes de televisores y software. No es una contradicción, más bien es una consecuencia lógica de la primacía de la imagen sobre otras formas de comunicación. Los estudios del profesor italiano Giovanni Sartori han demostrado que la hegemonía de las imágenes sobre la cultura impresa ha provocado la pérdida de las habilidades de abstracción y conceptualización. El televidente asume una posición pasiva frente a lo que la televisión le quiere informar. La capacidad de elaborar juicios críticos frente a lo que nos tocó vivir se manifiesta como empobrecimiento del lenguaje y de la posibilidad de comunicación. Los jóvenes representan el vivo ejemplo del aislamiento al que los inducen la saturación de imágenes y la pérdida de la capacidad de lectura. Al final dos o tres palabras y algunos gruñidos componen el léxico con que enfrentan la vida.

Me parece que el programa de Televisa, "Big Brother", sintetiza justamente la popularización de la trivialidad y las limitaciones comunicativas de los chicos de clase media y alta que ahí actúan. La docena de "seleccionados" para ser observados en condiciones de encierro, pueden ser analizados desde múltiples perspectivas. Aquí sólo señalo una de las posibles aristas: La trascendencia de la vacuidad.

Finalmente todas las reacciones que desencadenó el anuncio del programa entre los grupos conservadores fueron innecesarias; la realidad superó las expectativas de quienes se asustan con este tipo de "inmoralidades". Se trata de una docena de "estrellitas" fugaces que muy pronto podremos encontrar en las telenovelas y otros programas de entretenimiento. Resulta por demás exagerado que la noche en que dio principio, la conductora señalara que el programa "inauguraba una nueva etapa del México contemporáneo. Nada será igual de ahora en adelante; estamos ante uno de los grandes acontecimientos de la televisión mexicana". La aportación de los encerrados a la cultura popular es la recurrencia de la palabra "guey" y su uso indiscriminado por ambos géneros.

El profesor británico Anthony Giddens, en uno de sus libros más recientes titulado de manera sugerente: *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*, publicado en español por la Editorial Taurus, narra que el día de la caída del Muro de Berlín, el 9 de noviembre de 1989, se encontraba en Berlín (del lado Oeste) a donde asistía a un seminario. Profesores que venían de Berlín del Este les comunicaron que el muro estaba a punto de ser abierto. "Un pequeño grupo de nosotros se acercó allí a toda prisa. Se estaban poniendo escaleras y las empezamos a subir. Pero fuimos detenidos por equipos de televisión que acababan de llegar al lugar. Tenían que subir primero, decían, para poder filmarnos trepando por las escaleras y llegando a la cima. Incluso convencieron a alguna gente para que se bajara y subiera dos veces, y asegurarse así de que tenían buen material televisivo. Así se hace la historia en los años finales del siglo XX. La televisión no sólo llega primero, sino que monta el espectáculo".

La televisión es sin duda el invento que permitió acelerar el proceso de globalización, pero paradójicamente también provocó una aldeanización de nuestras vidas al circunscribir la realidad a lo que captan las cámaras. Pero también ha venido a empobrecer notablemente la capacidad de abstracción y de comunicación, de manera visible entre los jóvenes. *It's the big business.*