



*La imatge i els
mass media*

Clara Castaño Escat

[...]

□-Qué extraña escena describes -dijo- y qué extraños pioneros!

□-Iguales que nosotros -dije-, porque, en primer lugar ¿crees que los que están así han visto otra cosa de sí mismos o de sus compañeros sino las sombras proyectadas por el fuego sobre la parte de la caverna que está frente a ellos?

□-¿Cómo -dijo-, si durante toda su vida han sido obligados a mantener inmóviles las cabezas?□

-¿Y de los objetos transportados? ¿No habrán visto lo mismo?□¿Qué otra cosa van a ver?□Y, si pudieran hablar los unos con los otros, ¿no piensas que creerían estar refiriéndose a aquellas sombras que veían pasar ante ellos?

Forzosamente.□

-¿Y si la prisión tuviese un eco que viniera de la parte de enfrente? ¿Piensas que, cada vez que hablara alguno de los que pasaban, creerían ellos que lo que hablaba era otra cosa sino la sombra que veían pasar?

□-No, ¡por Zeus! -dijo.□

-Entonces no hay duda -dije yo- de que los tales no tendrán por real ninguna otra cosa más que las sombras de los objetos fabricados.

La imatge

- Com entenen la imatge els antropòlegs?
- La relació humana amb les imatges
- Contradiccions i dualitat
- "Allò visual" en la contemporaneïtat

Tot es concep per esdevenir imatge

- Antropòlegs i mitjans de masses
 - Discurs
 - El "producte"
- *annex-exemple

Tancament del treball i conclusions

Bibliografia i filmografia

Com entenen la imatge els antropòlegs?

«una imagen es más que un producto de la percepción. Se manifiesta como resultado de una simbolización personal o colectiva. Todo lo que pasa por la mirada o frente al ojo interior puede entenderse así como una imagen, o transformarse en una imagen» (Belting, 2007:14)

Imatge és un concepte que travessa èpoques i tecnologies i que al final, rau en allò més humà. En un sentit plenament antropològic, la imatge és un exercici cultural.

A banda de que ha estat objecte de preocupació per a bona part de les ciències socials, aquesta i els debats antropològics han estat estretament lligats des del naixement de la mateixa ciència, però no sempre apareix el mateix tipus de relacions entre ells.

Es poden donar casos en que l'antropòleg veu la imatge, símbol o icona en sí mateixa un motiu d'estudi, d'altres ocasions en que utilitza les imatges com un medi d'estudi: Casos en que la imatge ha esdevingut un complement al treball etnogràfic, diferent a altres com poden ser el material escrit. Els antropòlegs l'han adaptat com a una eina adequada per a l'observació, la descripció i l'anàlisi de la realitat humana. El cinema etnogràfic, que aparegué poc després de la invenció del cinematògraf, registra dades i fenòmens socials que fa servir més tart per a informar a un públic ampli. En d'altres ocasions, el motiu d'estudi són les relacions humanes amb les imatges, com per exemple els estudis sobre els cultes a una divinitat.

I són aquestes últimes relacions l'objecte del meu treball.

La relació humana amb les imatges

A la prehistòria, les persones ja inclogueren les imatges a la seva vida, dibuixant a les parets esquemes que més tard utilitzarien per a caçar en grup o que els ajudarien en temps de sequera. Multiplicitat de religions han escenificat la creació del món en imatges per adoctrinar els fidels, dur a terme rituals, santificar les cases, etc. Gran nombre de cultures han dut a terme una producció creativa d'imatges de caire tradicional al llarg dels anys. Antropòlegs, historiadors i arqueòlegs han estudiat cossos visuals simbòlics de cultures antigues. La història de l'art gira entorn de la imatge i el seu simbolisme, i avança canviant les relacions entre productors culturals i obra... Alhora, la societat contemporània viu immersa en un mar d'imatges: a casa, a l'espai públic, als centres d'ensenyament...

Les relacions humanes amb la imatge al llarg de la nostra història han estat ben diferents, depenent de la cultura, la ubicació i la època. En aquest cas vull parlar de l'iconoclasme i la seva antítesi, l'iconofília, dos tipus de posicions envers les imatges.

L'iconoclasme, doctrina que ataca i destrueix certs icones, està estretament arrelat a la societat, a la religió i a la política. En el seu sentit històric literal es troba en pobles de religions diferents, però és freqüentment el resultat de disputes entre faccions d'una mateixa religió. Podem exemplificar-ho, en l'àmbit del cristianisme, en les persones que no creuen en l'adoració d'idols i que són coneguts com iconoclastes. Inversament, aquells que veneren els icones són coneguts com iconòfils.

Alhora és fàcil trobar-se amb textos que exemplifiquen l'iconoclastia amb la tradició Bizantina, especialment amb l'emperador Lleó III, que ordenà la destrucció de totes les representacions de Jesús, la Verge Maria i especialment els sants l'any 726.

D'altra banda, ha estat també un terme molt usat per a definir les vanguardes artístiques de l'inici del segle XX. L'art efímer, les performances, el body art... mostren una certa tendència obsesiva de l'art contemporani a la violència.

"Matant" l'art li tornen la vida. És converteix en una destrucció creativa.

Apareixen així algunes corrents com l'**Iconoclash**.

Contradiccions i dualitat

L'iconoclasme comporta, en ell mateix, una dualitat contradictòria inevitable. La destrucció d'una imatge política com l'estatua de Saddam Huseïn esdevé la mort simbòlica, una acció de transfons polític alhora que iconoclasta. Però el mateix fet de destruir la imatge li atribueix a aquesta un cert valor, valor que la doctrina intenta negar. També les accions que es dugueren a terme durant el 1936 a mans d'anarquistes, cremant esglésies i destruint símbols eclesiàstics. Fins i tot Plató, potser el primer iconoclasta teòric, mostra una certa dualitat, una espècie de "doble moral", ja que alhora es converteix en un gran forjador d'imatges.

Allò visual en la contemporaneïtat

«Las dos principales raíces de la cultura occidental son la hebrea y la griega. Y en éstas se encuentran dos posturas en cierto modo antitéticas frente a la imagen y la palabra. De la primera heredamos una actitud represiva ante los productos de la imaginación, así como una tendencia a dar forma exclusivamente discursiva, y sobre todo escrita, a nuestros pensamientos. De la segunda, en cambio, recibimos la actitud hedonista ante o imaginario y lo visual, a la vez que una predisposición favorable hacia la discusión dialogada de nuestras ideas. Con estas generalizaciones pretendo indicar que en Occidente existe, muy arraigada una dualidad esencial con respecto a la palabra y la imagen»

Occident ha estat la cultura de la imatge i de la paraula, pilars sobre els quals s'ha aixecat la civilització moderna.

En certes ocasions, el poder de la imatge s'ha vist contrari al de la paraula, i a la inversa. La pròpia paraula té atributs figuratius, i la imatge en té de discursius. Els diversos modes d'aparició de paraula i de la imatge i les aproximacions i separacions entre aquestes són tan subjectives i difuses, que masses de teòrics i creadors plàstics han alborotejat al voltant d'aquest problema. Podria, per aprofundir més en la qüestió, parlar de la semiòtica de C.S. Peirce, o entrar en les teories de Gottfried Boehm, que creu tota imatge "una unidad de sentido en si misma, independiente de la palabra"¹, però no és aquest el sentit del meu treball.

¹ Gottfried Boehm, "El retorno de la imagen". pp11-35

Tot es concep per esdevenir imatge

«El discurs és un sistema d'afirmacions que construeix un objecte» (Parker, 1992:5)

«Un discurs fa referència a una sèrie de significats, metàfores, representacions, imatges, històries, afirmacions, etcètera, que d'alguna manera, produeixen col·lectivament una determinada versió dels esdeveniments». (V.Burr, 1997:55)

Antropòlegs i mitjans de masses

Tot es concep per esdevenir imatge, des d'allò més bàsic com els processos de pensament racional (si volem descriure com és la nostra habitació ho fem a partir de la imatge mental que tenim d'aquesta) o subconscient (els somnis) i tot es concep alhora per esdevenir consumible: a la via pública els aparadors, publicitat, moda... i per suposat els mitjans de comunicació per als quals tot és una posada en escena. I és aquest caràcter el motiu d'estudi del meu treball.

A banda d'uns pocs precedents històrics aïllats, fins fa relativament poc només uns cuants antropòlegs havien observat directament la creació, consum o contingut dels mitjans de masses.

Des dels anys trenta han proliferat els anàlisis sobre el contingut i les repercussions dels mitjans de comunicació. Aquests anàlisis van començar als Estats Units amb estudis -generalment finançats pel govern i el sector privat- sobre els efectes de la ràdio i el cinema, i en un ordre més o menys cronològic van anar apareixent en àmbits acadèmics com la sociologia, la psicologia, les comunicacions, la teoria crítica, la crítica literària...

En aquell moment, els plantejaments partien de la noció bàsica de que el "significat" del mitjà de comunicació es trobava en els missatges del seu discurs escrit, visual o auditiu, i que aquest significat era absorbit sense problemes pel públic. Per tant, tota pel·lícula, notícia, emissió de radio, etc. comunicava un missatge uniforme als seus consumidors amb un impacte homogeni.

Els plantejaments han canviat i han aparegut nombroses crítiques que han portat als teòrics a replantejar les nocions que consideraven bàsiques. Mitjançant la utilització de tècniques etnogràfiques d'observació i investigació, els antropòlegs començaren a examinar les formes de reaccionar d'espectadors i lectors respecte als mitjans. És a dir: de quina manera interpreten els "missatges" que reben; com utilitzen les representacions per a sotmetre's a les ideologies arrelades al text i rebutjar-les així com per a crear identitats i imaginar altres realitats; i de quina manera organitzen activitats socials, culturals i polítiques al voltant d'aquests medis. Més recentment, els antropòlegs també han prestat atenció als productors i han observat tant les divisions entre diferents creadors com les seves relacions amb les entitats dominants en el mapa polític o ideològic. Aquests estudis han aportat una gran riquesa, complexitat i exactitud a la comprensió d'allò comunicat a través dels mitjans de masses, així com de les maneres en què es produeix la comunicació i en que els consumidors utilitzen aquest medi.

La comunicació de masses (televisió, ràdio, premsa, cinema, valles publicitàries, Internet...) té una capacitat de ser àmpliament difosa, el que la diferencia de formes d'expressió menys aptes per a ser reproduïdes als seus consumidors d'una anera idèntica multiplicat de vegades.

Com he explicat anteriorment, la complexitat d'estudi del joc de significat-significant en els mitjans rau en quelcom tan simple com la complexitat de la cultura i la identitat. Els públics són intèrprets actius del material que llegeixen o veuen. Interpreten els missatges dels textos –tant els superficials com els subliminals, siguin escrits o visuals- a partir de les perspectives de les nostres múltiples subjectivitats, que han estat influïdes per la « multitud de pràctiques discursives» (Mankekar, 1993:486) amb les que hem estat en contacte al llarg de les nostres vides.

Així doncs, si parlem del món de la comunicació cal entrar en el debat al voltant del *discurs* i de la seva naturalesa.

El discurs

« les paraules no constitueixen cap via d'accés a la intimitat de les persones, ni descripcions vàlides de cap «creença» o «opinió», ni tampoc manifestacions externes de cap essència disfressada de temperament, personalitat o actitud. Les paraules i les imatges són manifestacions dels discursos, fragments de representacions dels esdeveniments que afloren a la superfície de la vida social, i no n'hem de cercar l'origen en l'experiència individual, sinó en la cultura discursiva que ens envolta» (V. Burr, 1997:56).

Molts autors coincideixen a l'hora d'afirmar que el llenguatge s'estructura en forma de discursos, i que, per a ser capaç d'entendre el sentit de qualsevol qüestió, cal contextualitzar-lo dins un discurs determinat. Un discurs fa referència a una sèrie de factors que d'alguna manera produeixen col·lectivament una determinada versió dels esdeveniments.

Per tant, les paraules i les frases en si no pertanyen exclusivament a cap discurs. De fet, el significat real del què estem dient depèn més aviat del context discursiu. Podríem dir que el discurs és el marc de referència o rerefons conceptual que fem servir a l'hora d'interpretar els textos².

Hem entendre els discursos com un procés de construcció social. La nostra identitat és el resultat de la mescla de mils de discursos: edat, raça, classe social, sexe, orientació sexual, etc. I alhora, la visió de la realitat recau en gran part en el procés de construcció social d'aquesta a mans dels mitjans de masses.

Així doncs, la visió del panorama social (entesa com a un discurs majoritari) acaba convertint-se en una catifa feta a partir de bocins discursius extrets dels mitjans de masses.

Tots els discursos pretenen ser l'única representació fiable de l'objecte en qüestió, és a dir, pretenen ser l'única veritat.

² Tenint en compte que no solament hi ha textos orals i escrits, qualsevol cosa susceptible d'ésser llegida i interpretada pot considerar-se text en la mesura que constitueix una manifestació d'un o més discursos. Tot el que ens envolta pot assolir la categoria de text.

Els mitjans de masses juguen amb la descontextualització de les notícies: presenten notícies fora de context en que la informació nomès explica un fet aïllat, sense indagar en les causes, conseqüències i responsables. La notícia és tractada per la seva cara dramàtica i tràgica, és a dir, espectacular. "prensa sensacionalista"

D'altra banda, la gran arma dels mitjans és el sentit "provatori" que ha adquirit la imatge: una imatge val més que qualsevol ciència escrita.

És preocupant, també, la utonomia que ha perdut el periodista a la hora d'elaborar les notícies. Aquestes venen donades per agències d'informació i el periodista no té medis per contrastar-les.

Aquest escenari apocalíptic del poder que les imatges tenen per a manipular i enganyar a les masses apareix ja al 1895, quan Gustave Le Bon en "*Psicología de las masses*" descriu la imatge com un medi de manipulació. Aquestes, diu «solo pueden pensar y ser influidas a través de imágenes. Solamente, las imágenes pueden amedrentarlas o persuadir las, convirtiéndose en causa de sus acciones [...] Para ellas, lo irreal es casi tan importante como lo real [...] Poseen una clara tendencia a no hacer distinciones» (Le Bon 1895: 3.2).

La mercantilització que caracteritza la nostra societat occidental, i per sobre de tot, la repetició invisible de discursos han portat a la creació d'un nou codi comunicatiu i discursiu.

Que siguem capaços de saber de quin gust és un brick de suc o un paquet de xiclets nomès amb el color del seu envés és un bon exemple per il·lustrar-ho.

Així doncs, els mitjans de comunicació, sotmesos al poder de l'Estat, creen "productes" que després venen a la societat per a ser consumits com a realitat. És el cas del que ha passat amb el terme *antisistema*. Arrel dels fets del 29-S, la crítica als "antisistema" ha inundat el debat dels mitjans de comunicació associant, de manera reduccionista i descontextualitzada el concepte a la violència urbana.

Tot i que la definició del diccionari deixa molt clar què significa aquest mot, sembla que els mitjans no s'acaben de posar d'acord en la seva procedència i naturalesa. Segons la publicació que es llegeixi poden ser brètols "sense res a fer", o part d'una "multinacional del terror", grups violents i organitzats, "pijos"

aburrits... Però hi ha quelcom més sinistre: a més de sembrar la destrucció, els manifestants "utilitzen internet"!

A continuació, comparteixo alguns dels titulars més significatius.

Berto, "expulsado" por los antisistema en Barcelona

Jueves, 30 de Septiembre de 2010

FórmulaTV.com

Según recoge el periódico La Vanguardia, el colaborador trataba de entrevistar a unos okupas, después de los graves altercados ocurridos una hora antes y en los que había ardiado un coche de la Guardia Urbana.

Han tenido lugar algunos episodios violentos ajenos a las manifestaciones mayoritarias y a los piquetes informativos que, en Barcelona, se han saldado con 17 detenidos

CLARA BLANCHAR / LLUÍS PELLICER / CRISTINA DELGADO / JESÚS GARCÍA / MIQUEL NOGUER - Barcelona - 29/09/2010 EL PAÍS

[...] algunos grupúsculos han incendiado contenedores hasta que han sido interceptados por los Mossos d'Esquadra en la plaza Urquinaona.

Mar Serna ha lamentado que el 29-S "se haya visto contaminado por grupos de personas violentas y antisistema, que nada tienen que ver con los trabajadores y los sindicatos mayoritarios". Los actos vandálicos registrados en la capital catalana han sido provocados por elementos antisistema ajenos a las manifestaciones mayoritarias y a la acción de los piquetes informativos

Barcelona capital antisistema LA RAZÓN

Miles de jóvenes de toda Europa viajan a la capital catalana para hacer «turismo revolucionario». Tienen asegurada violencia sin límite.

[...] Sólo hace falta echar un vistazo a numerosas páginas webs de extrema izquierda de Europa para comprobar que Barcelona es la nueva capital de los grupos antisistema. [...] la situación se ha agravado en los últimos años, especialmente tras las cargas de los Mossos d'Esquadra contra los estudiantes anti Bolonia, entre los que había infiltrados numerosos radicales [...]

admite que Barcelona atrae a antisistema de toda Europa

El 35% de los 60 detenidos en los disturbios son extranjeros

Viernes, 1 de octubre del 2010

El alcalde de Barcelona, Jordi Hereu, reconoció ayer en Perpinyà que la capital catalana resulta atractiva para antisistema de toda Europa que ven en Barcelona un territorio de «libertad»

Los grupos antisistema arrasan el centro de Barcelona

Los violentos aprovecharon la jornada de huelga general para manifestarse

Los daños son tan graves que aún no se han cuantificado los daños oficialmente

Más de 50 personas han resultado heridas y 42 han sido detenidas

30.09.10 | 08:06 h. INFORMATIVOS TELECINCO/AGENCIAS

Los grupos antisistema de Barcelona ponen trampas mortales a los Mossos d'Esquadra

Puertas electrificadas, agujeros en los que cabe una persona escondidos bajo alfombras o cubos llenos de gasolina esperando la chispa de una sierra radial. Son algunas de las trampas que los agentes de la Brigada Móvil de los Mossos d'Esquadra han encontrado **en las casas ocupadas** de Barcelona en el momento de llevar a cabo desalojos.

<http://www.20minutos.es/noticia/837810/0/trampas/mortales/antisistema/>

Los antisistema preparan acciones contra el Papa

07:42 (04-11-2010) | 40

incitan a la quema de iglesias. Los Mossos velarán por la seguridad de los manifestantes

La seguridad es uno de los aspectos más importantes en la **visita del Papa a Barcelona**. **Grupos antisistema de Barcelona están preparando movilizaciones para el próximo domingo**. Se comunican a través de Internet y redes sociales e incluso **incitan a la quema de alguna iglesia como acción llamativa**, según fuentes de la seguridad del Estado. También una revista marginal, que edita RBA, presenta en su interior esta semana una viñeta en la que textualmente puede leerse: "La únika iglesia ke ilumina es la ke arde".

<http://www.intereconomia.com/noticias-gaceta/sociedad/los-antisistema-preparan-acciones-contra-papa>

La visita del Papa a Barcelona costará unos 500.000 euros. A la organización le preocupan los disturbios de los grupos antisistema.

Cristian Reino | 06/10/2010 21:23

<http://www.diaridetarragona.com/panorama/049498/visita/papa/barcelona/costara/500000/euros>

La seguridad ante los "antisistema" encarecerá la visita del Papa

<http://www.diariodenavarra.es/20101007/nacional/la-seguridad-antisistema-encarecera-visita-papa.html?not=2010100700535961&idnot=2010100700535961&dia=20101007&seccion=nacional&seccion2=tribunales&chnl=30>

Grupos organizados

Saqueos en comercios

Conclusions

En la primera part del treball, que funciona com a marc teòric, intento mostrar un panorama general del tipus de relacions que es donen entre els antropòlegs i les imatges. A continuació, exposo algunes de les qüestions que es plantejen les societats contemporànies respecte la utilització dels mitjans de comunicació i com aquests estàn arrelats a sistemes socials, polítics i econòmics.

Aquest treball no pretén ser un estudi tancat sobre els mitjans de comunicació, sinó una visió panoràmica de connexions que enllaçen uns conceptes amb uns altres, i que potser en un futur serviràn de premisa per a un estudi més complet.

Ja en la qüestió pràctica (o curiosa) i aprofitant la oportunitat, he demanat a 30 persones de diferents edats i dedicacions, que m'expliquessin què és un "antisistema". No sota la meua sorpresa, les respostes han sigut similars. Caputxes, violència, organitzacions, misterioses webs..

Això em demostra que els mitjans de comunicació s'han convertit en "jutges de la veritat", són ells qui decideixen i dicten modes, consums, models de vida. Estableixen què és el correcte i què és l'incorrecte, i decideixen quins són els fets importants i trascendents al món. Es consideren únics portadors de la veritat i les imatges dels seus discursos influeixen en l'educació dels estudiants i en la formació de la opinió pública d'una societat individualista, consumista, nul·la de valors ètics i morals, i aferrada a modes passatjeres i plaers immediats.

Al capdevall, són les persones mateixes qui produeixen tot el que mostren els mitjans de comunicació i les que al mateix temps, ho consumeixen.

Bibliografia i filmografia

Vivien BURR (1997) «Què és un discurs?» i «Poden els individus canviar la societat?»

Introducció al construccionisme social. Barcelona: Proa.

Gustave LE BON (1895) «*Psicologia de las masas*»

Hans BELTING (19) «Antropología de la imagen»

La cortina de humo (1997) novela de Larry Beinhart

El show de Truman (1998) Peter Weir

Ed Wood (1994) Tim Burton