RdL Revista de Libros

IMAGEN PERFECTA. VIVIR EN LA ERA DE LA FOTO OPORTUNISTA
Kiku Adatto
Quálea, Torrelavega 368 pp. 24,95 €
Trad. de Ramón Moreno

La terrible levedad del tópico

Javier Rupérez
1 noviembre, 2011

Al arrastrarme por las páginas –y no son pocas: pasan de las trescientas sin notas– que Kiku Adatto ha dedicado a lo que ella llama «la imagen perfecta» no podía por menos de recordar el comienzo de aquella crónica teatral que, al comentar el estreno de una obra de calidad manifiestamente mejorable, señalaba: «Don Fulano –póngase aquí el nombre del autor– estrenó ayer la obra tal –el titulo correspondiente–. ¿Por qué?».

La señora Adatto he escrito un libro perfectamente prescindible. Queriendo investigar la influencia de las imágenes mediáticas en las campanas electorales estadounidenses ha compuesto un texto en el que abunda la anécdota con pretensiones de categoría, el análisis brilla por ausencia y el tópico adquiere proporciones mastodónticas. Repetir una vez más que Kennedy ganó a Nixon por su mejor comprensión del fenómeno televisivo equivale al recalentamiento de un plato achicharrado desde al menos hace dos decenios. Explicar que los procesos electorales estadounidenses, y en general toda la vida política, se ha visto obligada a plegarse a las exigencias de las nuevas tecnologías de la información constituye tan pasmosa obviedad que su lectura produce alipori. Redondear la inanidad

Revista de Libros.com ISSN 2445-2483

del texto y la cortedad del argumento con varios capítulos dedicados al examen del héroe solitario en el cine estadounidense culmina escandalosamente el alcance del despropósito. Todos los cinéfilos hemos recorrido los caminos de John Ford, John Wayne, Howard Hawks, Clint Eastwood, Clark Gable, Humphrey Bogart, Harrison Ford y *tutti quanti*, pero, ¿otra vez con la misma y gastada cantilena? ¿Con qué propósito? Porque, si bien se mira, el héroe, americano, o chino, o español, o griego, siempre ha sido una figura solitaria, desde Ulises al Cid, pasando por Batman y el Guerrero del Antifaz, sin olvidar a Asterix o a Tintín.

Para el lector que guarde algún tipo de curiosidad por el texto de Adatto, o recele de mis opiniones, recomiendo la lectura de las páginas 149 y 150 del libro a cuya aburrida y repetitiva lectura me vi condenado, seguramente por mis pecados. Escribe Adatto, sin ningún asomo de ironía, lo que constituye el resumen de su pensamiento: «Para bien o para mal, el último cuarto de siglo ha sido testigo de una transformación en la manera en que las noticias cubren la política presidencial. Tanto los que le han dado la bienvenida como los que la han condenado, están de acuerdo en que la transformación ha sido gracias a cambios políticos, económicos o tecnológicos. Con el auge de los asesores mediáticos, las campañas mejoraron su capacidad para manipular imágenes televisivas. Los periodistas, buscando resistir dicha manipulación, concentraron su atención en el aparato de campaña consagrado a la manufactura icónica. Mientras, los equipos de telediarios de las cadenas recibían cada vez más presiones para incrementar la audiencia, llevadas por emisiones aceleradas y visualmente irresistibles, que aumentaron el apetito de las cadenas por las grabaciones que ofrecían las campañas». Todo tan previsible que un alumno de primer año de una facultad de ciencias de la información no lo describiría de otra manera. ¿Hacía falta todo un libro para tamaña reafirmación de lo obvio?

Y es una pena, porque lo que Adatto prometía era otra cosa: el examen del impacto que podría tener en la vida política estadounidense la trivialización informativa forzada por las exigencias de los medios de información plásticos. No hace falta estar necesariamente de acuerdo con ese apunte de análisis –al fin y al cabo, la inquisición fotográfica y televisiva ha convertido la política norteamericana en una arena sin zonas de sombra, y eso es positivo– para comprender su interés, y eso estaba implícito en el subtítulo del volumen: «Life in the World of the Photo Op». Torpemente traducido al español, por cierto, como «Vivir en la era de la foto oportunista» (lo reproduzco en el inglés original para que se comprenda el desatino de su traducción al español: «photo op» no es «la foto oportunista», sino el momento en que en algún tipo de acontecimiento se reserva un momento para tener una «oportunidad de sacar una foto». Comprendo que el inglés sincopado de los estadounidenses no se presta bien a la traducción a nuestro idioma, pero el resultado es profundamente desviado y equivale además a la utilización indebida del adjetivo «oportunista», que en español tiene un clara connotación negativa, aunque los comentaristas deportivos le hayan concedido carta de naturaleza con sus «goles oportunistas». A lo mejor han sido oportunos. El «oportunista» hispano ha sido siempre un sinvergüenza. Y la photo *opportunity* es cualquier cosa menos una sinvergonzada. Adatto da las gracias educadamente al traductor por la calidad de su trabajo. Debe de ser una cláusula de estilo). Pero la promesa apenas trasciende el relato minimalista y deslavazado del camino recorrido entre Edward Murrow y Tom Brokaw, pasando, entre otros muchos, por Walter Cronkite. Gentes cuya aparición en el libro nada añade al grado de conocimiento que tienen en la sociedad norteamericana y que para el lector español quedaran como *sound bites,* lo

que los periodistas televisivos españoles llaman el «pildorazo» y que en la versión española del libro de la señora Adatto aparece como «cortes». Nunca mejor dicho: *Lost in translation*.

Son otras las cosas que merecen urgente interés en los ciclos electorales estadounidenses. El grado en que los costes publicitarios condicionan las campañas, por ejemplo. O la progresiva toma de postura partidista por los medios de comunicación, hasta ahora orgullosos de su independencia. A Kiku Adatto le interesaban más los traspiés de Gerald Ford. Qué le vamos a hacer.