El rey de la comedia

Posted on 4 de julio de 2017 by Manuel Arias Maldonado

Acaba de estrenarse en Estados Unidos –mejor dicho: en unos pocos cines de ese vasto país– *The Reagan Show*, un documental de Pancho Velez y Sierra Pettengill que trata de mostrar en imágenes la especial relación con las imágenes que mantenía el expresidente norteamericano del mismo nombre. Su método consiste en emplear solamente material de archivo procedente de los informativos de la época y una selección de entre las miles de horas grabadas por la propia Administración para la entonces novedosa White House Television Office, incluyendo tomas descartadas o comentarios del propio Reagan después de la grabación. Tal como indica el título, la película quiere mostrar cómo la cuidadosa escenificación de la figura presidencial marca un punto de no retorno en la historia institucional norteamericana. Treinta años después, la elección de Donald Trump sería la definitiva confirmación de esa tesis.

Una de las cosas que aprendemos viendo este documental es que la Administración Reagan grabó más material dedicado a la persona del presidente que las cinco administraciones previas juntas. En principio, la decisión se antoja adecuada: como es bien sabido, Ronald Reagan fue actor de Hollywood antes de ser gobernador de California, primero, y presidente, después. De Hollywood a la Casa Blanca: la trayectoria es demasiado *americana* para dejarla pasar. Y la sugerencia no puede ser más clara: todo político es un actor y nadie mejor que un actor para hacer de presidente. El propio Reagan parecía sentirlo así. Tal como recuerda Stuart Klawans en *The Nation*, nuestro hombre concedió una entrevista de despedida al presentador David Brinkley allá por 1988, y en ella, preguntado sobre si su pasado como actor le había enseñado algo útil para el ejercicio del poder, Reagan respondió lo siguiente tras dudar un poco: «Ha habido ocasiones durante este tiempo en que me he preguntado cómo puedes hacer un trabajo así si *no* has sido actor». Una condición que se toma jocosamente David Thomson cuando le dedica una entrada de su superlativo diccionario biográfico del cine:

> Es la carrera más extraordinaria en la historia del cine: simple, audaz, revolucionaria. Acabado su tiempo en Hollywood, terminados sus años televisivos, Reagan se había asegurado un *talk-show* diario en la Costa Oeste, *Pregunta al gobernador*, entre 1966 y 1974. Pero aún era un hombre vigoroso y afable; los anunciantes podían imaginárselo frente a un público mucho mayor. Podía aprender sus líneas de un día para otro; cuando las olvidaba, hablaba de manera natural en *peliculés*. Rara vez confundía la cámara de la derecha con la de la izquierda, y era delicioso verlo recuperarse de una

toma a otra.

No había sido un gran actor, todo hay que decirlo, aunque el cinéfilo suele recordar la bofetada que propina a Angie Dickinson en la magnífica *The Killers*, el *remake* que hizo Don Siegel en 1964 de la película que con el mismo título ?y basada en el mismo relato de Hemingway– dirigió Robert Siodmak en 1946. Fue la última película de Reagan, cuyo famoso apodo, *The Gipper*, tiene también origen cinematográfico, a saber: su encarnación de George Gipp, estrella del equipo de fútbol americano de Notre Dame en los años veinte que, en su lecho de muerte, pide al entrenador del equipo que motive a los chicos «*winning one for the Gipper*». No es ya que el sobrenombre perdurara, sino que el propio Reagan empleaba esa coletilla en sus campañas electorales. Para Thomson, esta promiscuidad cinematográfico-política, que encuentra su moneda de cambio en la creación y distribución de imágenes, daña mortalmente la suprema institución: «Se reveló así el carácter fraudulento de la presidencia, que ya no volvió jamás a ser dignificada». Estas líneas fueron escritas antes de la llegada de Obama a la Casa Blanca; es plausible que Thomson quisiera corregirlas. O que hubiera querido corregirlas, al menos, antes de ver las fotografías de Obama con el millonario Richard Branson que tanta desilusión han causado entre los progresistas norteamericanos.

Desde luego, Reagan no fue el primer presidente moderno en hacer uso de la imagen televisiva; ese papel corresponde a John Fitzgerald Kennedy, como atestigua su célebre debate con Nixon. Incluso después de muerto, su cualidad telegénica fue cuidada celosamente; eso sugiere al menos Pablo Larraín en *Jackie*, donde la famosa viuda pone todo el cuidado del mundo en la preparación del funeral de Estado de su difunto marido. Pero es que tampoco Reagan era ajeno a la política: fue presidente del Sindicato de Actores entre 1947 y 1952, desempeñando un papel activo en la denuncia del comunismo durante los negros años del macartismo. Aquí se encuentran las debilidades del documental de Velez y Pettengill, que, en su afán por emplear sólo material de archivo y apenas seguir el hilo narrativo que proporciona el *bluff* del escudo antimisiles en el marco de la carrera armamentística contra la Unión Soviética, dejan demasiadas cosas en el tintero. No se habla de su pasado, ni de sus campañas electorales, ni de sus posiciones ideológicas, ni de sus rivales; tampoco de los avatares de la política nacional o de su política económica. Para quien conozca mínimamente al personaje, esto tiene sólo una importancia relativa; un espectador más joven o menos documentado habría agradecido una mayor contextualización.

Para bien y para mal: a más de un detractor le sorprenderá saber que Reagan liberalizó el aborto en California en junio de 1967. No en vano, fue un eximio representante del *sunny-side conservatism* que ha combinado tradicionalmente una relativa liberalidad moral con políticas económicas orientadas al aumento de la demanda por la vía de los estímulos

fiscales y la desregulación de los mercados. Aunque, naturalmente, la presidencia de Reagan estuvo marcada por la Guerra Fría, como la de George Bush Jr. lo estuvo –de manera sobrevenida en su caso– por el atentado terrorista contra las Torres Gemelas. Nota al margen: uno de sus principales aliados en el combate político contra la Unión Soviética, el papa Juan Pablo II, había sido también actor en su juventud. Y no es casual que una de las salidas profesionales del actor frustrado sea la vida pública en sus distintas manifestaciones. ¿Acaso el tímido no se refugia en la biblioteca?

Ahora bien, no está claro que el documental vaya mucho más allá de la superficie cuando nos muestra –desde un ángulo privilegiado– la construcción del personaje Ronald Reagan. Es verdad que lo vemos filmar un anuncio apoyando la campaña de su colega republicano John Sununu para la el puesto de gobernador de New Hampshire y, tras decir a la cámara que lo conoce y aprecia personalmente, verse obligado varias veces a repetir la toma por no saber pronunciar «Sununu». Y también le oímos exclamar, terminada la toma perfecta de un mensaje navideño con referencias al pueblo ruso, un «¡Chúpate ésa, señor Gorbachov!» que parece dejar al descubierto una muy norteamericana candidez. Pero, ¿es ésa la verdad sobre Reagan? Quizás el secreto de todo actor es que su misterio oculta un vacío, como sucede con los grandes personajes enigmáticos de Orson Welles. Sea como fuere, Reagan sabía que seguían grabándolo, así que probablemente continuaba actuando aun después de pararse la primera cámara; no es que el espectáculo deba continuar: es que el espectáculo no termina nunca. Ni tan siquiera, podemos pensar, en el dormitorio presidencial: Erwing Goffman ya dejó claro a mediados del siglo pasado que cuando un individuo entra en contacto con otros tratará de controlar u orientar la impresión que produce en ellos, con objeto de suministrar una u otra información por medio de su gestualidad, su dicción o su mera apariencia. *Ser-en-el-mundo* es *actuar-en-el-mundo*: nos movemos en el nivel de las apariencias y las apariencias son todo lo que los demás tienen para descifrarnos. Si, además de estar, lo que queremos es seducir, entonces no digamos: el entero reino animal, incluidos nosotros, se esfuerza por aparecer en esas situaciones bajo la mejor luz imaginable. ¿Y qué quiere el político, sino seducir a su electorado?

Bien consciente de la importancia de este aspecto de la vida política, Maquiavelo todavía podía aconsejar a su príncipe que fuera temido si le era forzoso elegir entre ser amado o temido. Pero Maquiavelo escribía en tiempos predemocráticos; ahora importa, en todo caso, ser popular y, por tanto, ser amado: como mínimo, un voto por encima del resto. En todo caso, que odien a nuestros rivales. Y los medios para ser amado pueden ser muy diversos, quedando validados –maquiavelianamente– por su eficacia antes que por su naturaleza. Recordemos que *Born in the USA*, el amargo *hit* de Bruce Springsteen sobre la vida rota de un veterano de Vietnam de vuelta a su país, fue coreado en los mítines de la segunda

campaña presidencial de Reagan. ¡Eso sí que es una «apropiación cultural»! O recordemos, por salirnos del contexto norteamericano, el chubasquero amarillo que se enfundó Gerhard Schröder en las inundaciones que afectaron Alemania durante la campaña de las elecciones de 2002, catapultándolo hacia una victoria que hasta ese momento las encuestas daban por imposible. Sobre la tradición del actor-presidente en Filipinas o la India no es necesario detenerse.

Podemos sostener, así, que la representación política posee una dimensión escénica o actoral que consiste, literalmente, en representar el papel de representante. Thomson cree que durante los años de la presidencia de Reagan, Norteamérica hizo una transición gradual de república a *show*. Y son ya varias las conceptualizaciones que ha ensayado la teoría política para dar cuenta de la importancia creciente de la apariencia o imagen del candidato en la vida democrática: desde la democracia de audiencia (Bernard Manin) a la democracia ocular (Jeffrey Green). Ahora, por supuesto, ese análisis debe ser renovado prestando atención a las redes sociales y demás aspectos de la comunicación digital. Basta ver un episodio de *Veep*, la divertida serie televisiva creada por el satirista político Armando Iannucci, para comprobar el cuidado que todo equipo político debe poner ahora cuando lidia con la esfera pública digital: ser es ser percibido y cada vez es más difícil modelar la percepción ajena. Pero eso no significa que deje de intentarse.

Ya que, en un ejemplo que ya se ha aducido en este blog, ¿qué hace Pablo Iglesias que sea diferente a lo que hacía Ronald Reagan cuando pregunta por Twitter qué serie pueden recomendarle sus seguidores? Martin Amis vio en la primera campaña de Reagan el triunfo de la emoción sobre la razón; si es el caso, Donald Trump ha perfeccionado el modelo empleando –como nos cuenta Argemino Barro en su estupenda crónica *El candidato y la furia*, recién publicado en La Huerta Grande– un lenguaje comprensible para todo el mundo: de acuerdo con cálculos del *Boston Globe*, y con el método Flesh-Kinkaid que mide la complejidad del discurso con arreglo a una escala que va del 4 al 21, Trump emplea un lenguaje cuyo nivel medio está en el 4,1, mientras que Bernie Sanders se situaba en el 10,1, Ted Cruz en el 8,9 y Hillary Clinton en el 7,7. Cuanto más simple, mejor: mayor es el número de ciudadanos a los que uno puede convencer. Es razonable pensar que Donald Trump –a quien Sanders considera, según dijo hace poco al *Financial Times*, un hombre astuto– aprendió ese lenguaje en televisión. No deja de ser misterioso que el mismo público que hace ya años aprendió a lidiar con el lenguaje publicitario, dejando de creer que Mistol lava más blanco o que comprarse un Audi da la felicidad, siga mostrándose tan crédulo con sus candidatos. Desgraciadamente, *The Reagan Show* se ocupa de mostrarnos al actor, pero del público –como casi siempre– no tiene nada que decir.