

EL CINE COMO HERRAMIENTA DE ACCIÓN ELECTORAL

Javier M. Tarín

El reciente estreno del documental *Política. Manual de instrucciones*, de Fernando León de Aranoa, sobre la gestación y desarrollo de la nueva y reciente formación política Podemos, se sitúa en parte en la línea cinematográfica de Michael Moore y su *Fahrenheit 9/11*. Ambos documentales comparten una ambición común por influir directamente sobre un proceso electoral en marcha y para ello participan en una campaña electoral, tomando partido por una opción política.

Esta propuesta de comunicación política es otra de las novedades que las recientes –y repetidas– elecciones españolas han incorporado en el proceso imparable de americanización que nuestro sistema electoral está sufriendo.

Las últimas campañas electorales han supuesto la normalización hasta la náusea de la presencia de los candidatos en programas de entretenimiento de lo más variopintos de la parrilla televisiva. Y como

momento fundacional de esta nueva etapa queda, en mi opinión, esa, lejana ya, llamada de Pedro Sánchez al programa *Sálvame* en la que transmitía a Jorge Javier Vázquez su compromiso de abolir el “Toro de la Vega” de Tordesillas. Esta intervención en directo –aunque no oyéramos la voz del secretario general del PSOE– llevó al presentador a ratificar ante su audiencia su apoyo al partido socialista. Al candidato progresista le llovieron las críticas desde todo el aparato comunicativo y mediático por una supuesta falta de seriedad y rigor. Sin embargo, su apelación en directo era únicamente otro paso de la conversión de la política en videopolítica, que, con nuevas propuestas audiovisuales, ha seguido avanzando inexorablemente en un panorama electoral permanente.

Tras esta llamada al programa de cotilleos en horario vespertino han ido surgiendo diferentes formatos televisivos para dar cabida a todos los candidatos a la presidencia en entornos alejados de la política pura y en los que mostrar todo tipo de habilidades

Javier M. Tarín es Doctor en Comunicación Audiovisual y licenciado en Filología Inglesa y Comunicación Audiovisual. Ha escrito crítica cinematográfica en distintas publicaciones y dirigido diferentes cortometrajes. Además, ha publicado el libro "La política como espectáculo" (@jmtarin67)

personales (bailar, tocar la guitarra, escalar montañas...). Los candidatos se humanizaban con ese despliegue de naturalidad y desparpajo, tejían un relato personal protagonizado por ellos mismos para generar la simpatía de los votantes en un nivel emocional, alejándose de la racionalidad del argumento político.

El delirio en el que los equipos de comunicación política y los programadores televisivos han entrado ha supuesto el diseño de programas realmente increíbles. Por ejemplo, *26J: Quiero gobernar*, cuya audiencia objetiva por horario de emisión es adulta y en el que unos niños entrevistan a los candidatos como si fueran periodistas. Es evidente que el trabajo previo de los guionistas con los jóvenes entrevistadores debía ser ingente para preparar los cuestionarios graciosos a la vez que interesantes para los supuestos electores.

Otro formato de las últimas elecciones es *Dos días y una noche*, de Susana Griso, en el que la periodista pasa sesenta horas con cada uno de los aspirantes a la presidencia para desentrañar a la persona que hay tras el personaje político, pero en los que el titular son sus hábitos sexuales y sus intimidades en la hora de la siesta. Es decir, programas con barniz electoral en los que predomina el *infotainment* y en los que está ausente la oferta de un programa político de gobierno para los posibles votantes.

Esta espectacularización permanente ha supuesto, en definitiva, la incorporación de los candidatos al entretenimiento televisivo, con un distanciamiento hacia el proceso electoral último, como una primera consecuencia.

Pero volvamos al principio. A ese nuevo papel que adquiere un documental cinematográfico como herramienta de comunicación política y dentro de una estrategia electoral. Salvadas las distancias entre ambos documentales, Michael Moore, muy combativo con sus películas, abrió con su propuesta un interesante camino para el medio cinematográfico, entendido como arma electoral que debía integrarse en una estrategia de apoyo a un candidato. Su caso merece ser revisado como paradigma de este novedoso uso del cine que, finalmente, también ha llegado a España.

Estúpidos hombres blancos y *¿Qué han hecho con mi país, tío?* eran ensayos en los que el director norteamericano se dedicaba a mostrar todas las flaquezas, carencias y mezquindades del presidente George W. Bush, con el fin de trasladar al electorado la necesidad de expulsarlo del poder. Los datos objetivos se interpretan en estos textos para abrir un debate inexistente en los medios, y Moore lo adereza con todo el sarcasmo e ironía necesarios para llegar al receptor de forma concisa y divertida.

Su capacidad de conexión con el público ha preocupado sistemáticamente al poder y ha habido diversos intentos por controlar su discurso crítico. La edición inglesa de *Estúpidos hombres blancos* debía aparecer tras el 11S y, según cuenta Moore en el prólogo, la editorial intentó secuestrarlo y condenarlo al reciclaje de papel por miedo a que el clima post 11 de septiembre les afectara por la publicación de un texto tan combativo con la administración Bush.

Algo similar ocurriría con su documental *Fahrenheit*

9/11, que pone en imagen las tesis desarrolladas en sus libros sobre George W. Bush y su familia. Finalmente, el film fue exhibido, tras el abandono de Disney, gracias a la alianza de varias pequeñas distribuidoras. Esto fue un obstáculo porque las aspiraciones de Moore no se limitaban a un público convencido de sus tesis, sino que su objetivo era llegar a capas sociales medias para incidir directamente en su posición política y conseguir una posterior traducción electoral. Y este es un primer acierto del planteamiento, su clara vocación de cineasta popular que evita hacer películas dirigidas a una élite intelectual ya convencida de sus planteamientos.

Con *Fahrenheit 9/11* Moore quería influir directamente sobre la realidad política y electoral y su film debía cubrir el vacío informativo que los medios de comunicación habían dejado, provocando una clara desinformación del pueblo norteamericano con graves consecuencias para la democracia norteamericana y para el resto del mundo.

Tal y como afirmaba el propio director, la realidad política de su país parecía una ficción, por tanto, la única forma de analizarla con garantías era a través del documental. De hecho, el éxito que el género de no ficción ha tenido últimamente en Estados Unidos se debe precisamente al interés del público por determinados temas que no son tratados e investigados ni por los medios ni por el cine de ficción. Queda, por tanto, un nicho temático que el género documental ha optado por llenar con el objetivo de proporcionar puntos de vista alternativos al discurso institucional e influir en una audiencia desinformada.

Moore y sus films evidencian esta tendencia de

creación cinematográfica, que otros autores de documentales están también transitando. Porque a pesar del escepticismo hacia la política, los ciudadanos tienen interés en acceder a información sobre temas políticos sensibles.

Las diferencias entre el documental de Moore y el de León de Aranoa son muy nítidas desde los propios presupuestos formales y desde su narrativa interna. El director norteamericano se mueve en los presupuestos del documental performativo y su presencia es vital para el desarrollo de un texto argumentativo. Aranoa, por su parte, pretende contar a través de entrevistas y reuniones del partido, y con la estructura del reportaje periodístico, la construcción de Podemos. Y lo hace a través de los diferentes escenarios a los que debe enfrentarse tras las elecciones europeas. Para ello acompaña a los líderes de la formación a todas partes y con ese material construye un relato apasionante sobre cómo la organización se va transformando y se va constituyendo en una alternativa de izquierdas real y con opciones de superar al partido socialista.

El relato se teje con fracasos y crisis retratados desde dentro y sin censuras previas ni pactos con el equipo de filmación. Esa mayor transparencia es precisamente uno de los rasgos definitorios de la supuesta nueva política. El propio Aranoa señala como éxito de la película la invisibilidad del equipo, lo que propiciaría mayor veracidad al documento fílmico. Aunque debemos señalar que en este caso, tras esa pátina de transparencia se observa la presencia de cámaras amigas que tampoco introducen una mirada crítica dentro del relato.

La idea del documental no es, al menos en principio, convertirse en un documental militante o ser propaganda electoral, sino que busca narrar la historia de un éxito, el de una organización que consigue más de cinco millones de votos en un plazo de tiempo muy breve. Es un caso excepcional en la política española.

No se debe olvidar que este es el núcleo de la historia de Podemos: su capacidad de transformar el desencanto de la izquierda en fuerza electoral con posibilidades de ser alternativa. El film quiere ser el relato de ese proceso, filmado en tiempo real, durante ese intenso año en el que el equipo va decidiendo estrategias para asaltar los cielos. Su objetivo es, pues, registrar la evolución del movimiento hacia una estructura política y el documental quiere ser un documento de referencia para el futuro estudio que pueda suscitar este fenómeno político moderno.

Pero este caso de estudio audiovisual propuesto, con un estreno tan pegado a unas elecciones generales, tiene también, aunque no lo quiera, una intención electoral a pesar de huir del formato militante transitado por Moore. Y su exhibición se enmarca dentro de la campaña electoral como un componente más de la misma. Una nueva aportación a la comunicación política. El problema radica en que la audiencia a la que el documental va dirigido se compone de votantes y simpatizantes de Podemos bastante convencidos, que buscarían, en todo caso, consolidar su apoyo con los argumentos esgrimidos en la narración.

Este quizá sea el mayor hándicap del documental. Como consecuencia, al igual que en el caso de Moore, no consigue la movilización suficiente de su electorado potencial para desplazar a los conservadores del poder.

STRUCCIONES

POL
MANUAL DE

POLÍTICA,
MANUAL DE INSTRUCCIONES

P