EL POU de la gallina
Revista manresana d'informació i opinió

Opinió | 24 | Actualitzat el 12/04/2014 a les 17:47

Influències

Recordo bé quan un dia, de fa uns quants anys i mentre em trobava estudiant a l'Hemeroteca de comunicació de l'Autònoma (l'edifici bonic del costat de la Cívica), vaig aprofitar un descans per remenar els llibres de la prestatgeria de cinema i mitjans, o potser comunicació. No recordo. El que sí recordo és haver-me assentat de nou a la taula amb un llibre sobre l'adaptació radiofònica de la Guerra dels mons de H.G Wells per Orson Wells. Una actuació teatralitzada de l'any 1938 que ja es podria definir, avui dia, com els 59 minuts de ràdio més famosos de la història. La narració va aconseguir fer creure a la gent d'Estats Units que estava sent atacada per una invasió extraterrestre. Pànic assegurat.

En aquesta línia, fa uns dies vaig recuperar el polèmic fals documental "Operación Palace" del periodista Jordi Évole. Una narració amb testimonis versemblants i qualitat aparentment estilística i periodística sobre una (fictícia) trama al voltant del cop d'Estat del 23F.

Ambdós exemples fan reflexionar sobre la importància i el poder dels mitjans de comunicació. Del valor, no tant del que un diu sinó del canal que utilitza per dir-ho. L'embolcall i el "modus" en què un missatge arriba al receptor és el que marca la diferència entre el que ens creiem i el què no. Qui ho diu? En quin mitjà apareix? I amb quina actitud i/o comportament es transmet? Tots, molt o poc, estem influenciats per una sèrie d'elements que ens penetren pels sentits i ens condicionen, per molt que, a vegades, ens vulguem auto definir fora del sistema establert. Aliens a què passa. Tenim unes pautes socials adquirides, uns comportaments acceptats com a normals i interioritzats i, per tant, per exemple, mai pensarem que el presentador dels informatius ens està explicant una notícia falsa. (Tot i que, cert, als homes del temps potser no ens els creiem tant).

Els mitjans ens influencien però també ens influencien els gustos i les tendències dels nostres amics; vestim els colors de la temporada, que no neixen per casualitat sinó arrel d'estudis de tendències, investigació en colors i reunions entre països per establir uns estàndards unificats; ens encaminem sense saber-ho als restaurants i locals de moda i, a vegades, fins i tot, acabem comprant els productes que més s'anuncien (publicitat subliminal). Som influenciables de base. Independents, autònoms, amb identitat pròpia i personalitat, però influenciables.
Tot i que, en certs aspectes, això no acaba sent del tot negatiu. Som vulnerables als inputs del nostre entorn. Algú ens explica quelcom, amb una actitud concreta i allò ens cala al subconscient. Però, nosaltres, de fet, també influenciem a aquells que ens envolten: amb els gustos literaris, les raons musicals i les rutines culinàries. Però, no totes les influències esdevenen negatives. De fet, a mi aquesta classe d'influències en clau positiva m'encanten, ja que em permeten gaudir de petits descobriments màgics. I, en realitat, el punt negatiu només radica en la incapacitat de saber gestionar aquestes influències. Ens falta formació social en l'art de ser persones críticament influenciables. És a dir, deixar-nos influenciar amb coherència a com ens definim i als nostres objectius i formes de vida.

Per tant, de veritat ens influencia en negatiu un documental sobre el 23F? Un fals documental ben entès com a un gènere cinematogràfic històric i amb múltiples exemples en circulació? I, concretant més, la influència que exerceix sobre nosaltres és en positiu o en negatiu?

Humilment i sense ànim d'influir a ningú, afirmaré que, personalment, crec que a Jordi Évole com a periodista només se'l pot culpar d'una única cosa: haver-nos regalat generosament una peça audiovisual d'una genialitat extrema. Influenciable? Sí, de la millor manera possible: donant al poble una eina rica i, sobretot, de consum gratuït per pensar i fer-se preguntes.