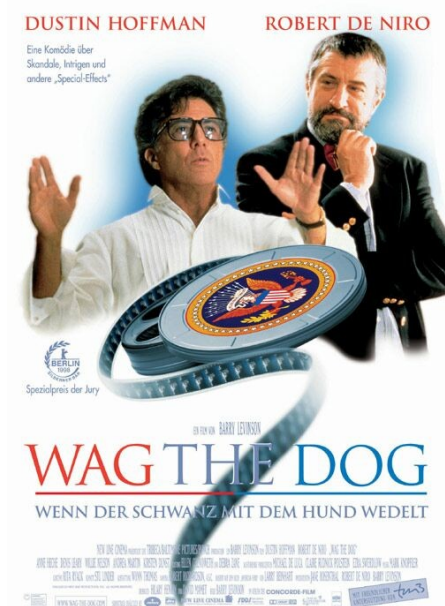


CIN Escola

WAG THE DOG (CORTINA DE HUMO)

LA MANIPULACIÓ DELS MITJANS



Autors: Alba Ambròs i Ramon Breu

FITXA DE LA PEL·LÍCULA

Títol: "Cortina de humo"

Títol original: "Wag the Dog". EUA. 1997.

Durada: 95 minuts.

Director: Barry Levinson

Guió : David Mamet, sobre la novel·la de Larry Beinhart.

Música: Mark Knopfler

Fotografia: Robert Richardson

Repartiment: Dustin Hoffman (Stanley Motss), Robert de Niro (Conrad Brean), Anne Heche (Winifred Ames), Denis Leary (Fad King), Willie Nelson (Johny Green).

Producció: New Line Cinema.

SINOPSI:

El president dels Estats Units és acusat d'abusos sexuals pocs dies abans de la seva possible reelecció. Un dels seus assessors contracta un hàbil productor de Hollywood perquè "inventi" una història que faci desviar l'atenció de l'opinió pública i l'escàndol quedi tapat. Junts, assessor i productor (Robert De Niro i Dustin Hoffman), crearan una guerra fictícia amb Albània, capaç d'emocionar els telespectadors. El president quedarà reforçat.

MOVIOLA: Indicacions per al professorat

Objectius:

- Reflexionar sobre el poder dels grans mitjans de comunicació i la seva capacitat de manipular
- Analitzar els mecanismes d'influència dels mitjans de comunicació relacionats amb les emocions i els sentiments del públic.
- Reflexionar sobre les relacions entre l'alta política i els grans mitjans.

Continguts:

- Funcionament principal dels mitjans de comunicació.
- Manipulació i influència que els mitjans exerceixen a la ciutadania mitjançant els missatges adreçats a les emocions.
- Anàlisi crítica del contingut dels mitjans en les campanyes polítiques.
- Comparació del contingut de notícies iguals en cadenes diferents.
- Conceptes del llenguatge audiovisual.

Criteris d'avaluació:

- Expressar opinions raonades davant la manipulació de les notícies dels mitjans.
- Prendre consciència del poder que tenen els mitjans a nivell polític arreu del món per aconseguir els seus objectius.

- Aprofundir en el coneixement del llenguatge audiovisual per tal de comprendre millor la creació dels missatges en aquest suport.

Competències bàsiques:

-Competència social i ciutadana:

- Presa de consciència de la importància que tenen els mitjans de comunicació a l'hora de manipular la informació quan els interessa, tant a nivell local com mundial.
- Reconèixer l'ús de tècniques publicitàries de manipulació en les campanyes polítiques.
- Reforçar l'anàlisi crítica (de lectura i producció) dels mitjans.
- **Competència audiovisual:** Visor de tècniques audiovisuals
- **Competència lingüística:** Trípod de lectures
- **Competència sobre el tractament de la informació:** Focus web

Claus de treball per al professorat:

Aquesta pel·lícula tracta del poder de manipulació dels grans mitjans de comunicació, probablement d'una manera exagerada però amb un ritme i un desplegament d'estímuls que resulten de gran interès per a l'alumnat adolescent. Aspectes com el poder de manipulació de les campanyes publicitàries o polítiques, o la indefensió dels ciutadans davant els mitjans poden ser objecte de debat i anàlisi arran del visionat d'aquest film.

Un dels aspectes que es poden plantejar és el de la necessitat de l'alfabetització de la ciutadania en els mitjans de comunicació, ja sigui pel que fa a l'anàlisi crítica o al coneixement del seu llenguatge.

A l'apartat *Pantalla d'activitats* s'apunten algunes de les claus per on poden discórrer la reflexió i el debat: els mecanismes de manipulació lligats amb les emocions; la política plantejada com un joc de poder i allunyada de la participació cívica; la manca de respecte als països *desconeguts*; les noves tecnologies al servei de poders allunyats dels interessos dels ciutadans...

Com es pot veure, a l'apartat *Visor de tècniques audiovisuals* es treballen els moviments de càmera (tràveling frontal, pregunta 1; càmera en mà o steady cam, pregunta 3); les angulacions (contrapicat, pregunta 1); i a la tècnica de l'edició i mescla d'imatges (pregunta 2).

Finalment, al *Trípod de lectures*, hem cregut oportú aprofundir en la reflexió sobre la informació i la comunicació com a fenomen social i cultural més influent en la història recent de la humanitat.

Elements de debat

A més de totes les qüestions plantejades en el treball *Wag the Dog*, com a síntesi o ampliació d'aquesta reflexió, suggerim tres debats amb el grup classe, això sí, prèviament preparats:

- Ús i influència dels grans mitjans de comunicació, en qüestions com la política i els canvis de model social. És legítim usar els mitjans per manipular l'opinió pública?
- Són possibles altres mitjans de comunicació al servei de la ciutadania nascuts de la societat civil?
- Internet: la Xarxa pot ajudar a fer minvar la fractura digital que provoca la globalització? Quin pot ser el futur d'Internet?

PANTALLA D'ACTIVITATS

1. Feu un resum de la pel·lícula. Consulteu les pàgines que us fa l'apartat del focus web i contrasteu la informació.
2. Elaboreu una descripció dels personatges principals.

	Aspecte físic	Actituds i visió de la vida que té	Frases més representatives
Conrad Brean (Dustin Hoffman)			
Stanley Motss (Robert de Niro)			
Winifred Ames (Anne Heche)			

3. Els consellers presidencials "s'inventen" una guerra contra Albània per tapar un escàndol sexual del president dels Estats Units. Com tracten aquest país? Per exemple, recordem alguns diàlegs:

- En Conrad Brean (Robert De Niro), diu: “Albània. Què sabem d’ells?”. “Gairebé res” intervén la Winifred Ames. “Sembren sospitosos”, respon en Conrad.
 - “Albània vol destruir el nostre sistema de vida” diu el productor Stanley Moss (Dustin Hoffman).
 - El president dels Estats Units diu que Albània és un centre del terrorisme mundial. Us recorda això algun esdeveniment recent?
4. En un altre moment del film, un agent de la CIA diu “No hi ha guerra”. I en Conrad Brean li respon, “Clar que n’hi ha. Ho he vist a la tele” Què us sembla aquesta resposta?
 5. A mitja pel·lícula, l’impacte de la guerra sobre l’audiència decau. Els assessors presidencials, però, no els interessa que això passi perquè encara falten uns quants dies per a la reelecció. En aquest punt s’inventen la història d’un soldat atrapat darrera les línies enemigues. Què pretenen desfermar entre el públic?
 6. El personatge protagonitzat per Dustin Hoffman, el productor cinematogràfic Stanley Moss és, probablement, el més aconseguit de la pel·lícula:
 - a) Com és la seva mansió? Quin nivell de vida segueix? A què creieu que és degut?
 - b) En tota la pel·lícula demostra un gran entusiasme per tot allò que està aconseguint. Després d’inventar la història del soldat exclama: “Això és política en estat pur!” Esteu d’acord amb aquesta afirmació. Només existeix aquesta *forma* de fer política?
 - c) Per què creieu que, al final del film, troben Stanley Moss mort? Mor d’un infart? Quina havia estat la seva obsessió durant tota el procés de producció de l’espectacle? Té relació aquesta obsessió amb la seva mort?
 7. La campanya del president té com a lema “No canviïs de cavall a la meitat del riu”. Què vol dir això? Et sembla una frase afortunada? Recordes altres lemes de campanyes electorals?
 8. Per què els personatges que dirigeixen tota l’operació per protegir el president s’inventen la campanya de les sabates velles? A què obeeix *l’ofrena de la primera espiga*?
 9. Per què creieu que s’ha canviat el títol en la versió espanyola? A què fa referència el títol en anglès?
 10. Feu una valoració personal de “Cortina de humo”. Us sembla exagerat tot el que s’explica. A quines conclusions podríem arribar?

VISOR DE TÈCNiques AUDIOVISUALS

1. A l'inici del film observem com la càmera va seguint frontalment la conversa entre el Conrad Brean i la Winifred Ames. En Conrad li va donant instruccions a la Winifred. Com es diu aquest moviment de càmera? En el mateix pla, la càmera també es situa per sota dels personatges. De quin tipus d'angulació es tracta?
2. Com s'aconsegueix la gravació de la suposada noia albanesa que fuig del seu poble?
3. En aquesta escena la càmera no està fixada a cap suport. Com es diu aquest moviment?

Activitat de síntesi:

La pel·lícula *Wag the Dog* ens parla, certament, d'un cas extrem i exagerat de manipulació informativa. La manipulació quotidiana dels mitjans és, habitualment, no tan gruixuda, més imperceptible. Un fenomen que cada cop és més present a les nostres televisions és el retrocés de la informació reflexiva i complexa, en detriment de l'espectacle que se'ns presenta als telenotícies i als programes d'informació en general. La qual cosa no deixa de ser un greu falsejament de la realitat. Mireu un telenotícies i compareu les informacions pròpies d'un servei informatiu i les notícies-espectacle. Quin temps ocupa cada *bloc*? Els presentadors actuen com a conductors i organitzadors de la informació o com a *showmans*?

TRÍPODE DE LECTURES

La guerra d'Iraq i la manipulació

El mes de maig de 2006, Paul Pillar, un ex alt funcionari de la CIA, va fer unes declaracions que posaven al descobert l'enorme manipulació informativa que l'Administració Bush havia organitzat per justificar la invasió de l'Iraq.

Paul Pillar és un antic oficial de l'exèrcit al Vietnam, va treballar durant 28 anys a la CIA. Fou membre, entre 1993 i 1999, fins arribar a ser director adjunt, del Centre Contrterrorista, un organisme de dins de la CIA sota el comandament del director que té com a objectiu dirigir, prevenir, desarticular i derrotar els terroristes. L'any 2000 va passar a ser funcionari d'intel·ligència nacional a càrrec d'Orient Pròxim i el Sud d'Àsia, on va actuar com a principal analista de la CIA en contrterrorisme fins a la seva jubilació, l'any 2005.

Pillar va afirmar que l'Administració Bush va llançar una campanya organitzada de manipulació per justificar la decisió adoptada prèviament, per raons polítiques, d'anar a la guerra de l'Iraq. Bush volia demostrar que era capaç de fer un càstig exemplar després dels atemptats a les torres bessones de Nova

York, que havien deixat en ridícul els sistemes de seguretat nord-americans i havien donat una imatge de feblesa dels Estats Units, arreu del món. Ni les armes de destrucció massiva ni els inexistent vincles entre Sadam Husein i Al Qaeda van ser els motius reals de la guerra.

Paul Pillar va relatar que el vicepresident Dick Cheney va visitar moltes vegades el quarter general de la CIA a Langley (Virgínia) buscant dades per justificar allò que ja s'havia decidit prèviament.

En l'anomenat memoràndum de Downing Street, seu del govern britànic, es deixa constància que un cop presa la decisió d'anar a la guerra, *els serveis secrets i els fets havien d'adaptar-se* a aquesta decisió. D'altra banda, en una reunió entre Bush i Blair, el 31 de gener de 2003, Bush va dir que pensava enviar a Iraq avions nord-americans pintats amb els colors de l'ONU per veure si Sadam els atacava i aconseguia que el Consell de Seguretat de les Nacions Unides donés suport a la guerra. Això recorda dos fets històrics: el primer passà l'any 1964, quan un fals atac a un vaixell nord-americà al golf de Tonkin va donar arguments al llavors president Johnson per iniciar l'escalada bèl·lica que portaria a la guerra de Vietnam. El segon data de l'any 1898, un fet similar va ser l'excusa perquè els Estats Units comencessin la guerra contra Espanya...

Elaboració pròpia després de la lectura de notícies diverses.

Activitats

1 – Davant d'aquest cas de greu manipulació, qui són els responsables? Què caldria fer amb les persones que van enganyar l'opinió pública?

2 – La responsabilitat d'aquest engany només recau en les administracions polítiques dels països que van donar suport a la invasió de l'Iraq? Quin paper van tenir els mitjans de comunicació?

3 – Investigueu sobre els incidents que van portar a la guerra de Vietnam i a la guerra contra Espanya de 1898.

4 – Apareix la CIA a *Cortina de fum*? Quin paper hi té?

4 – Hi ha alguna semblança entre la manipulació informativa de la guerra de l'Iraq i la història de la pel·lícula *Cortina de fum*?

Un símbol destrossat

El soldat Blake Miller, considerat un símbol de l'exèrcit nord-americà a l'Iraq, pateix invalidesa psicològica.

Dies després que la fotografia de la seva cara es publicés en més de 100 diaris arreu del món, James Blake Miller no sabia encara que era famós. “Pots creure’t que ets el puto marine més famós? La teva cara és a tots els diaris!”, li va dir un sergent a Faluya. La unitat de Blake acabava de tornar. Ni ell ni els seus companys van pensar que podrien sortir vius d’un combat al cor de la insurgència iraquiana. Van tornar vius, però canviats.

Després d’una nit amagat, d’hores i hores de disparar i ser disparat i matar, Blake es va encendre una cigarreta amb la seguretat –va explicar després– que seria la darrera. Un fotògraf de l’Agència Associated Press, que els acompanyava, li va fer una foto sense pensar que el primer pla de Blake, la seva mirada al no-res, la brutícia pròpia del combat, la sang a l’oïda d’un timpà rebentat pels bombardeigs i el fum de la cigarreta encesa formaven una estampa impactant. Dan Rather (de la CBS) va dir que era la millor fotografia de guerra de la història contemporània. El gest de Blake reflectia per a alguns la irracionalitat de la guerra; altres veien en la seva mirada el reflex del valor. Blake es va convertir en el *Marlboro Man*, el sobrenom que li va posar el sergent i que l’acompanyarà tota la vida.

Tan gran va arribar a ser la seva llegenda entre els soldats dels Estats Units que els comandaments van decidir retirar-lo de les zones de combat, perquè si moria, van pensar, la moral de la resta de les tropes es veuria afectada. La fama, el seu cansament i els seus primers problemes mèdics van accelerar la seva tornada a casa. Dos diaris, el *San Francisco Chronicle*, i *Los Angeles Times* han trobat i han descrit la vida d’en Blake.

De tornada a Kentucky, Blake pensava que podria mantenir els seus records sota control. Li van diagnosticar estrès traumàtic, una malaltia mental que afecta a un de cada tres soldats que han passat per l’Iraq. Gairebé no dorm i quan ho fa mou el seu dit índex com si estigués disparant. Fuma i beu més que mai. No domina el seu temperament. Veu constantment les cares de les persones que va matar a Faluya.

A poc a poc, el record dels amics que han mort i dels enemics que va matar ha transformat la lògica de la seva vida. Sempre havia desitjat ser soldat. Té tatuat en el seu braç el lema de la seva companyia, *Àngels de la Mort*. Ara no entén la guerra. “Hem fet alguna ajuda humanitària. Però, què hem fet realment allí? Què han guanyat els Estats Units amb tot això, excepte una pila de morts? Em crema per dins”, diu ara.

James Blake Miler cobra 2.528 dòlars (1.980 euros) de pensió per la seva invalidesa psicològica permanent. Acaba de fer 21 anys.

Javier del Pino. EL PAÍS. 20-5-2006.
Traducció de CinEscola

Activitats

1 – Quines diferències i similituds trobeu entre el soldat de la pel·lícula que presenten com un heroi, i el soldat Blake?

- 2 – Qui va provocar la fama del soldat James Blake? Amb quina intenció?
- 3 – D'on surt l'expressió *Marlboro Man* ? Quines característiques té?
- 4 – Considereu just que retiressin el soldat Blake de les zones perilloses de la guerra?
- 5 – Inicialment es volia presentar aquest soldat com a símbol de l'heroisme i l'esforç militar nord-americà. Ara, però, de què és símbol?

L'espectacle contra la informació

Ed Murrow, el periodista que va derrotar el senador integrista nord-americà J.R. McCarthy, va advertir que la informació a la televisió estava a punt de ser derrotada per l'espectacle. El ressò del seu advertiment fet fa més de cinquanta anys, va arribar amplificat per la pel·lícula de George Clooney, *Good Night, and Good Luck* (2006), que era la frase de comiat habitual de Murrow.

El programa amb el que Murrow va acabar amb McCarthy, el polític que va fer de la bandera el seu patriotisme una arma per caçar comunistes, es va emetre el 9 de març de 1952. (Anys) més tard, aquell programa i aquell advertiment tenen plena vigència i fa que ens preguntem: la informació ha perdut a favor de l'espectacle?

Alicia Gómez Montano, directora d'*Informe Semanal* (TVE)

[...] Qui més s'assembla aquí a Murrow és Iñaki Gabilondo... Va mostrar moments d'extrema fortalesa davant el govern de José M. Aznar quan va pensar que hi havia fets que s'havien d'exposar. Però darrera seu només hi havia periodisme. La televisió fa molt de temps que opta per l'espectacle en detriment de la informació: molt successos, molt escot. ¿Pressions? Alguns moments que n'hem viscut en la pública: ja figura en els llibres d'història la pressió política que va caure sobre nosaltres entre 2002 i 2004, quan TVE fou obligada a comportar-se com una televisió de partit i no com un servei públic.

Pedro Piqueras, director d'*Informatius* (Tele 5)

L'entreteniment ha guanyat la partida; allò que no és entretingut no és emès per televisió. Allò que abans era carn de programes de modes o d'El Caso ha passat a ser matèria d'informatius. Se serveix a la imatge, el missatge és el mitjà. Els continguts que han d'explicar-se s'eliminen [...] ¿El poder? Sempre tractarà d'imposar-se sobre la televisió, però no només el poder polític, també els poders econòmics, qualsevol voldrà sempre dominar els fils.

Matías Prats, presentador de l' informatiu nocturn (Antena 3)

[...] Entreteniment? informació? Un informatiu ha de tenir allò que interessa els telespectadors. Ho sabem? Segurament sí perquè ens segueixen. Cal formar,

entretenir i informar, es deia. Jo crec que ara la tele està per informar i entretenir. Formar? És demanar-nos massa a la televisió.

Lorenzo Milá, presentador de l'informatiu nocturn (TVE)

La televisió és un recipient on hi cap tot, la vida sencera, i als informatius els passa el mateix. El cert és que avui els informatius són menys combatius, es mullen menys. Les corporacions, els governs, els poders guanyen la partida, fan que els periodistes perdin crítica. [...] Passa als Estats Units: els informatius públics, prestigiosos, tenen una presència social molt residual, molt baixa... La lluita és perquè et vegi més gent, no perquè siguis millor o més creïble. No necessàriament l'informatiu més vist és el millor. [...] ¿El periodisme, avui? Conviu un periodisme lleuger i endormiscat amb un altre més sòlid i rigorós Costa trobar-lo; el periodisme està segrestat pels polítics, que omplen els mitjans de declaracions i de contradecaracions, ens utilitzen per intercanviar missatges.

Iñaqi Gabilondo, director de l'informatiu nocturn (Cuatro)

La complexitat es troba en hores baixes. La televisió ja s'ha llançat a la lògica del món de l'espectacle. Persegueix els focs artificials i, en aquest terreny, la complexitat perd la batalla No és un cas aïllat. No li passa també a la ràdio? i la premsa no té dificultats per aconseguir lectors disposats a seure per llegir notícies profundes? Vivim en un zapping sense fi. La gent passarà de la ignorància al pont d'accés al coneixement, ja no podem fer-nos la il·lusió de que aquests mitjans nostres serveixen perquè es passi de la ignorància al coneixement. Però no només hem de mirar els pecats de la televisió: tots els mitjans pateixen la mateixa pressa.

Francesc Escribano, director de TV3

Hi ha determinades coses que estan per sobre del negoci. A la televisió pública com a mínim tenim el control del Parlament; els qui controlen les privades busquen el negoci. La nostra feina consisteix, moltes vegades, [...] en administrar pressions.

Montserrat Domínguez, presentadora de *El ruedo ibérico*, Antena 3

[...] És difícil el diagnòstic del que ha de passar, el cert és que hi ha pressions en cada consciència professional, i nosaltres hem de defensar que la televisió és alguna cosa més que un electrodomèstic. No tot val per l'audiència. Les profecies de Murrow s'estan complint.

Activitats

1 – Les declaracions que hem llegit de directors i presentadors de les cadenes que tenim defineixen de manera clara com es fa i què és la televisió actual. Ompliu la següent graella i després feu un debat en què comenteu si esteu d'acord o no als resultats que heu obtingut. Seguint l'exemple que trobareu.

Directors i presentadors	Definició de TV	Idees clau	Comentaris
TV1 Alicia Gómez Montano Directora Informe Semanal	<i>La televisió fa molt de temps que opta per l'espectacle en detriment de la informació: molt successos, molt escot.</i>	- La TV és un espectacle. - La TV pública també té pressions dels partits.	
Tele 5 Pedro Piqueras Director d'informatius	<i>Se serveix a la imatge, el missatge és el mitjà. Els continguts que han d'explicar-se s'eliminen.</i>	- El missatge és el mitjà. - Els diferents poders també dominen la TV.	
Antena 3 Matías Prats. Presentador de l'informatiu nocturn.	<i>Jo crec que ara la tele està per informar i entretenir. Formar? És demanar-nos massa a la televisió.</i>		
TVE Lorenzo Milà. Presentador de l'informatiu nocturn.			
Cuatro Iñiqui Gabilondo. Director de l'informatiu nocturn.			
TV3 Francesc Escribano. Director.			
Antena 3 Montserrat Domínguez. Presentadora de <i>El ruedo ibérico</i> .			

RACCORD: Per continuar amb el tema...

Buenas noches, y buena suerte (Good Night and Good Luck) de Georges Clooney (2005).

És la crònica de l'autèntic enfrontament entre Edward R. Murrow i el senador Joseph McCarthy amb el seu Comitè d'Activitats Antiamericanes. Amb la ferma voluntat d'informar dels fets i il·lustrar l'audiència, Murrow i el seu incondicional equip planten cara a les pressions corporatives i dels patrocinadors per examinar les mentides i les tàctiques alarmistes perpetrades per McCarthy durant la seva "caça de bruixes" comunista. Quan el senador reacciona acusant el presentador de ser comunista, ocasiona una enorme indignació pública. En aquell clima de por i repressió, l'equip de la CBS va seguir endavant sense atendre a precés.

Enemigo público (Enemy of the State) de Tony Scott (1998).

La vida de Robert Clayton Dean canvia quan arriba a les seves mans un enregistrament amb les imatges de l'assassinat d'un membre del congrés dels Estats Units, on apareixen involucrats agents del govern.

FOCUS WEB

Pàgines web sobre films:

<http://www.wag-the-dog.com/>

<http://wip.warnerbros.com/goodnightgoodluck/index1.html>

http://www.filmtracks.com/titles/enemy_state.html

Educació en comunicació:

www.aulamedia.org

www.laxarxa.info

<http://edumediakat.wordpress.com/>

<http://www.laxarxa.info/2006/docmarc1.html>

<http://www.laxarxa.info/manifest.html>

<http://www.audiovisualcat.net/publicacions/lbe.html>

<http://www.laxarxa.info/unesco.html>

<http://www.xtec.es/audiovisuals/competencies/index.html>

Mitjans de comunicació alternatius:

<http://www.neokinok.tv/>

<http://horitzo.tv/node/134>