

Arquetips per a tot l'univers



El nou James Bond, Pierce Brosnan, és un ídol a Orient com ho és a Occident, amb unes pel·lícules que impulsen el poder occidental.

La globalització s'expressa de manera implacable a través del cinema. El setè art impulsa els arquetips americans sobre l'Orient, i així Occident aconseguix dos objectius en un: convertir en cultura hegemònica la seua forma d'entendre el planeta i dominar el mercat del cel·luloide. Ideologia i beneficis econòmics representen un combinat massa sucós perquè el cinema se'n mantinga al marge.

El cinema és el major vehicle de transmissió de cultura i negoci. El combinat d'aquests dos conceptes s'ha convertit en una autopista que la cultura occidental utilitza per reflectir la seua estructura ideològica, vestida d'entreteniment. El país que domina el cinema és Estats Units, el mateix país que domina Occident. El setè art és un espill de l'ànima de Nord-amèrica, l'ànima que ha convertit el cinema en la gran indústria creativa del segle XX. Àsia és productora de molts dels millors guions que es poden filmar en l'actualitat, és cert, però el cinema americà té una cosa que cap film oriental pot rebatre: la capacitat d'entreteniment conjugada amb una poderosa capacitat de transmissió de moda occidentalitzant.

Capitalisme i violència. Els anys 80 varen ser els temps en què els Estats Units començaren a fer desenes de pel·lícules que recreaven dos dels aspectes bàsics de la vida en aquell país. Un era el triomf del capitalisme com a màxima expressió del benestar de l'individu. Un altre, el triomf de l'heroi de moral rígida i patriòtica sobre qualsevol enemic intern –guerrers terroristes anti-sistema– o extern –comunistes recalci-trants o àrabs fanàtics amb armes nuclears. Tot Occident va quedar impregnat d'aquests dos poderosos missatges, i pel·lícules com *El secreto de mi éxito*, *Armas de mujer*, *Cobra* o *Rambo* (I, II i III) es convertien en icones en tot Europa. Això sembla normal en un sistema de connexions intercontinentals com el nostre, en què dominen els preceptes anglosaxons. Ara bé, el que pot resultar sorprenent és que pel·lícules d'aquest estil s'hagen convertit en èxits a Orient. Durant els anys 90, Occident i els matei-



El Senyor dels anells és la pel·lícula més cara de la història. Com La Guerra de les galàxies, la seua narració de l'enfrontament entre el bé i el mal evoca velles llegendes orientals.

xos Estats Units practicaren uns pocs actes de contricció en els quals es pene- dien de l'exaltació del capitalisme sal- vatge i de la pròpia violència social que havien marcat la dècada anterior. El canvi de Govern —de republicans a demòcrates— semblava un d'aquests gests, com també el fet que tant la músi- ca com el cinema fabricats en aquell pa- ís posaren en dubte les mateixes essèn- cies del liberalisme brutal. En canvi, a Àsia triomfava sense pietat el típic cine- ma comercial ianqui que cobria de tec- nologia hipersofisticada un senzill i bru- tal esquema de bons i dolents enfrontats per controlar "el món lliure".

Com era possible? La resposta és que Àsia vivia una occidentalització econò- mica i cultural que convertia en matèria d'adoració majoritària tot allò que vin- guera d'Europa i dels Estats Units. Occi- dentalització en la música, les discote- ques, la moda, els costums en el flirteig dels joves, en la manera de viure, en la manera d'anar al lavabo (no és broma: a l'Índia, per exemple, tradicionalment no fan servir paper higiènic, sinó aigua). Sí, moltes veus crítiques intel·lectualit- zades podien alçar-se contra aquest fe- nomen. Però quedaven només en un xiuxiueig contra les xifres que indica- ven que les darreres pel·lícules de James Bond eren unes de les preferides pels habitants de l'Índia. És cert: els indis consumeixen molt de cinema propi,

i Bombai és el seu Hollywood particu- lar: 800 pel·lícules s'hi fabriquen anual- ment, més que la producció conjunta d'Europa i els Estats Units. Els actors d'aquesta meca són adorats a Àsia i in- terpreten papers simultanis en moltes produccions de tarannà comercial. Però el cinema americà que arriba allà des- perta entre els espectadors una fascina- ció molt més particular: la fascinació de la veritat del pare revelada al fill.

En un continent en què occident pro- voca les mateixes tones de recels que d'encís imperial, consumir-ne les pel·lí- cules resulta la manera més espectacular d'emparar-se sota la seua ombra. Perquè les pel·lícules per a públic massiu crea- des a Bombai o Hong-Kong poden re- sultar molt atractives per al seu públic natural, però no competeixen amb su- perproduccions occidentals que tenen el mateix llenguatge, que utilitzen un pre- supost infinitament superior, i que fa sentir-se als orientals més prop dels di- monis/deus blancs. Tan prop que, a can- vi d'una entrada poden viure dins de la seua pell.

La guerra de les galàxies o *El Senyor dels anells* (el film més car de la histò- ria, amb 55.000 milions de pessetes de pressupost) parteixen d'idees que ja han estat molt explotades pel cinema orien- tal: la lluita samurai del bé contra el mal. Aquesta essència és bàsica en les més antigues llegendes d'aquesta part

del món, i el cinema d'occident ha ex- plotat com cap altre negoci cultural l'ús que n'havia fet el mateix cinema orien- tal. George Lucas i Steven Spielberg han reconegut la poderosa influència del cinema de samurais d'Akira Kurosawa en la seua pròpia filmografia.

El millor és que el cinema occidental que triomfa en Orient és, en moltes oca- sions, el que més es basa en les pròpies aportacions comercials dels arguments asiàtics. Per exemple, Quentin Tarantino ha estat un deixeble dels brutals predi- caments escènics de John Woo, Takeshi Kitano o Seizun Suzuki, directors que han utilitzat la violència amb una coreo- grafia directa i sanguinària que ha creat escola a Occident, i que ha servit perquè els Estats Units retornaren a Àsia pro- ducció americana basada en els mestres orientals. Les pel·lícules de Bruce Lee crearen el gènere del karate als Estats Units, i personatges folklòrics nipons com els ninja han servit per a enriquir moltes productores americanes. Occi- dent ofereix una visió extraordinària- ment elemental de la complexitat de les llegendes orientals, i crea uns personat- ges asiàtics que estan immersos en la cultura occidental i que semblen carica- turescs: és la forma etnocentrista de la globalització de relacionar-se amb qual- sevol cultura.

Els personatges femenins barregen l'essència de bellesa de les *top model* a l'ús amb el servilisme que se suposa a les dones orientals, extirpant-los sempre qualsevol sentiment d'orgull mil·lenari que puga bategar al cor de les dones asiàtiques. La simplificació és la norma per mostrar orient en el cinema comer- cial, la norma per transformar-lo en una matèria de consum. I la simplificació i els arquetips més demagògics són la norma per mostrar occident als asiàtics en les produccions cinematogràfiques. Tot això compon una sinfonia de molts diners i de béns culturals que es perden i es prostitueixen, sacrificats en l'altar de les multinacionals i de les producto- res. L'absència de matisos és la norma, i l'absència de respecte, el codi de con- ducta bàsic d'aquesta colonització.

Joan M. Oleaque