

**Las distintas miradas hacia la ceguera:
el estereotipo del ciego en las películas “El silencio” y “La persona es para lo que nace”.**

**Distinctions looks of blindness:
the stereotype of the blind in the movie "Silence" and "The person is what is born".**

Ana Carolina Sampaio Coelho¹

Resumen:

Este estudio discute cómo la ceguera es representada en los medios de comunicación y, específicamente, en el cine a partir de una discusión a respecto del estereotipo . Discutimos como la cultura brasileña y iraní están representadas en la construcción de cada narrativa. Tenemos como objeto de estudio la película iraní “El silencio” (1998) y la película brasileña “La persona es para lo que nace” (2004). Utilizamos las teorías de la escuela de Frankfurt, teorías a respecto de la construcción de narrativas audiovisuales y el estudio de la simbología presente en nuestra unidad de análisis, la última escena de cada película.

Palabras –clave: estereotipo, media, ceguera.

Abstract:

This study discusses how blindness is portrayed in the media and, specifically, in the movie from a discuss of stereotype. We discussed how Brazilian and Iranian culture are represented in the construction of each narrative. We have as our study object the Iranian film "The Silence" (1998) and the Brazilian film "The person is what is born" (2004). We use the theories of the Frankfurt school, theory's of the construction of visual narratives and the study of the symbolism present in our unit of analysis, the last scene of each movie.

Key - words: stereotype, media, blindness.

1. Introducción

¹ Possui licenciatura em Comunicação Social pela Universidade de Fortaleza e mestrado em Teoria da Literatura pela Universidade Federal de Pernambuco. Atualmente é doutoranda em Comunicação Audiovisual na Universidade de Salamanca. E-mail: olcoelho@hotmail.com

Los productos culturales nos dicen sobre la forma de ser y pensar de una sociedad y de la cultura en que estamos inseridos. Cuando nos volvemos a estudiar los productos de comunicación audiovisual encontramos ahí estereotipos, prejuicios y muchos tópicos que pueden haber en el imaginario de una cultura. Manejamos estereotipos a todo momento, aun cuando por muchas veces inconscientemente tratamos determinadas ideas y situaciones desde algún estereotipo difundido hace años en nuestro medio social. A través de los productos de comunicación los estereotipos lograron gran fuerza para ser diseminados y a partir de esta premisa escogemos esta tema para este trabajo.

Estudiar como los ciegos están representados en películas de dos países con culturas muy distintas es una forma de que reflejemos sobre como la producción de estas imágenes pueden estar sirviendo en la construcción y en el refuerzo del estereotipos de los ciegos en la actualidad.

Escogemos como objeto de estudio de este trabajo dos películas que tienen ciegos como personajes principales, siendo que una es un documental y otra ficción. Para la elección de estas películas llevamos en consideración el hecho de que ellas fueran producidas en países que poseen culturas bastantes distintas, allende lo tema de la ceguera estar bastante presente a lo largo de todo el obra. El hecho de una película tratarse de un documental en nada impide el buen desarrollo de este trabajo, a lo contrario, creemos que esto enriquece y trae nuevos elementos para la discusión. El contraste entre un film brasileño y una producción iraní, un documental y una obra de ficción traen elementos suficientemente interesantes para percibir como la temática del estereotipo camina por producciones audiovisuales de distintas culturas y géneros de cine.

El film iraní “El silencio”, (1998) del director Mohsen Makhmalbaf, pertenece la nueva generación de películas iraní, que tuvo como grande marco los film del director Abbas Kiarostami, precursor de esta nueva vertiente en el film iraní. El film de Makhmalbaf va más allá del neorrealismo, marco del cine iraní hasta lo inicio de la década de 90.

La película cuenta la historia de Khorshid, un niño ciego que trabaja como afinador de instrumentos musicales debido a que su sensibilidad auditiva. La deficiencia visual del personaje principal es puesta en evidencia durante casi todos los planes de la película. Al contrario del cine clásico americano, que pone gran predominancia y importancia a imágenes en la construcción de la narrativa, el director iraní predomina el sonido y éste sirve como referencial para informar al

espectador sobre lo desenrollar del enredo. Adentraremos la discusión a respecto de la película en otro momento en este trabajo.

El film “La persona es para lo que nace” (2004), del director Roberto Berliner, es un documental que cuenta a historia de tres hermanas ciegas que viven en el nordeste de Brasil, la región más pobre del país y tocan ganzá (un instrumento de percusión brasileño) en las calles de Campina Grande, ciudad donde viven, para ganar algún dinero. Trata de un documental inusual, pues la línea tenue que separa director y el personajes es rota y se ha creado una ligación de afecto entre ambos lo que lleva al director a aparecer también en la película.

El documental inicialmente fue un cortometraje, con apenas seis minutos de duración, que fue rodado en 1998 y ganó varios premios en Brasil. Las últimas tomadas del documental pasaron en 2002 y 2003, para captar las transformaciones del efecto-cine sobre las hermanas cantantes. La mayoría de las imágenes fueron hechas con equipo domestico, por el propio director. Escoger el tema del estereotipo para que usemos en el análisis de la representación de ciegos en películas no es por acaso. Creemos que el estereotipo es una forma también de no conseguir ver lo que está dispuesto nuestra frente. De esta forma, desde una forma de ceguera iremos en los debruzar sobre la ceguera de los personajes. Abordaremos la temática desde las teorías a respecto del estereotipo y prejuicio.

La unidad de análisis escogida sano las dos últimas escenas de las películas, pues en estas escenas está puesto de una manera muy clara el distinto tratamiento dado por ambos directores para los personajes. La distinción también dice mucho de la cultura en la que estos personajes están insertos, hablan del social, cultural y económico en que las personajes ciegas del film “La persona es para lo que nace”, así como la mirada del director iraní en el film “El silencio”. Utilizaremos del estudio de los estereotipos, las estructuras de la comunicación cinematográfica y del estudio de la simbología presente en la última escena de cada película.

2. Los estereotipos: otra ceguera.

Los estudios de comunicación intercultural tienen implícita relación con la mención a los estereotipos. Cuando nos referimos a otra cultura, es común que utilicemos los estereotipos para identificar los tipos más conocidos de determinada cultura para que sean criadas puentes de comunicación. De la misma manera como paira en el imaginario popular que a los españoles le

gusta flamenco y toros, que brasileños saben del samba y le gusta fútbol, así pasa en todo el mundo. Algunas culturas más y otras menos, pero ninguna está salva de ser relacionada a alguna especie de estereotipo.

Miguel Rodrigo Alsina (1999), en su libro *Comunicación Intercultural* se refiere a una ocasión en que preguntaron al escritor británico Chesterton su opinión a respecto de los franceses y él contestó simplemente: “No conozco a todos”. Lamentablemente ni todas las personas poseen la sabiduría de no clasificar toda una nación a partir de algunos pocos que tuvo la oportunidad de conocer a largo de la vida. Lo más común es ver que los individuos (y consecuentemente los mensajes producidos en los medios de comunicación) usan juicios de valor para simplificar complejas realidades. Así, utilizan las creencias que salgo inconscientemente compartidas y así hacen nacer estereotipos. Alsina explica:

“Hablar, por ejemplo, de los franceses, es, en muchas ocasiones, un ejercicio de sob generalización. Esta sob generalización nos permite una economía mental, ya que el estereotipo preconcebido facilita la explicación de la realidad. El fijarse atentamente y el intentar descubrir el sentido de las cosas se vuelve innecesario. El estereotipo nos permite explicar hasta lo incomprensible: “Ya se sabe... los franceses son así” (ALSINA, 1999,p. 64)

La economía mental a que el autor se refiere es ésta que somos por muchas veces obligados a manejar en varios ámbitos en la vida cotidiana, siendo que eso puede ser comúnmente percibido en los medios de comunicación, una vez que las imágenes producidas por el hombre a largo de todo la historia siempre reflejaron los modos de pensar de una época. De acuerdo con Ibnez (1999), en su *Didáctica de la Imagen*, “los hombres siempre hemos producido imágenes y éstas han funcionado dentro de las sociedades como una especie de fermento ficticio, oasis donde nos refugiamos de las asperezas de la vida cotidiana.” (1999, p.15)

Las imágenes, de acuerdo con Ibnez, salgo como una especie de descanso para la opresión del cotidiano, pero creemos que llevamos para las imágenes mucho de estas asperezas. Como si estas asperezas ya hiciesen parte también de nuestros valores y elecciones en el mundo. Eso justifica lo cuanto de prejuicio y estereotipos están presentes en las producciones audiovisuales contemporáneas. El discurso que mantiene y sustenta la construcción de estas son una invitación a la hipnosis. Así como dice Umberto Eco (1985): “La civilización democrática se salvará únicamente si hace del lenguaje de la imagen una provocación a una reflexión crítica, y no una invitación a la hipnosis”.(1985, p.367). Creamos que solo a partir de la convocación al

pensamiento, a reflexión y la invitación al diálogo pueden ser puertas y caminos para una sociedad más consciente de los juicios de valores que cargan hace muchos años.

Percibimos que existe un movimiento cada vez mayor de utilización de estereotipos para explicar lo que no se comprende o no osamos comprender. ¿Las personas estarían con miedo de entrar en contacto con el desconocido por qué eso podría mudar su idea ya preconcebida con respecto a determinada realidad? La zona de confort proporcionada por lo ya conocido y que no ofrece peligro es adoptada mismo de manera inconsciente, cual si así la vida volverse más fácil y mismo práctica. Haciendo una alusión a la sociedad de consumo, los estereotipos pueden ser pensados como cajas para empaquetar productos y ser fácilmente identificados, escogidos y comprados. El camino de lo “más fácil” es comúnmente escogido y este camino lleva inevitablemente a la simplificación de las relaciones, de las personalidades, y consecuentemente, el uso de los estereotipos.

Aún Miguel Alsina (1999) refleja a respeto del uso del estereotipo en las relaciones interpersonales . Acuerda que la palabra “etnocentrismo” puede entender qué “centrismo” está relacionada a nuestros propios puntos de vista, nuestros juicios de valor mientras “etno” se refiere a nuestro propio grupo social. Es decir, estamos siempre mirando para el mundo desde nuestras propias referencias, nuestra memoria emotiva, emocional y cultural. La propia palabra “etnocentrismo” ya acusa que la a percepción que tenemos de otra cultura es inferior nuestra. Su principio es la comparación, desde la comparación con otra cultura valoramos la nuestra y la de los demás desde los prejuicios.

Los prejuicios, así como los estereotipos, parten de la idea de que “somos mejores que los otros”. La dificultad en aceptar que la diferencia no implica directamente en algo ser mejor o peor. El autor acuerda: “Es necesario adquirir una mirada multicultural que nos permita distanciarnos de la cultura que hemos sido socializados para, por otro lado, ser auto reflexivos en relación a la propia cultura y, por otro lado, llegar a comprender el punto de vista de otras culturas.” (ALSINA: 1999, p. 71)

Todo cuanto es contrario al pensamiento, lo que niega la belleza de las diferencias, la polifonía de las miradas y la creatividad, la inteligencia, el pensamiento crítico, lo que es desfavorable a multiculturalidad, todo eso atiende por el nombre de estereotipo. Para que las personas no piensen, se usan estereotipos. Para que sean reforzados antiguas ideas y valores, ideas que por muchas veces no caben más en los parámetros de la sociedad en los días de hoy,

muchas veces es hecha la elección por los estereotipos. Eso ocasiona injusticia para las víctimas del estereotipo y el refuerzo de la posición social de los grupo dominantes.

“El estereotipo nos ayuda ciertamente a interpretar el mundo, aunque sea de forma injusta. El problema es que consideramos una interpretación como *la interpretación*. Esta interpretación es la más acorde con la ideología de los grupos dominantes, no así con la de los grupos víctimas del estereotipo” (MCMAHON B. y QUIN R.:1997, p.155)

El escritor y semiólogo Roland Barthes afirma que el estereotipo es el que empieza a cansar a él, en su obra *Grado cero de La escritura: La frescura del lenguaje*. El autor opone el “cansancio” a la “frescura”. Todo que es repetitivo, ausente de creación, distante del nuevo es para Barthes el estereotipo. De acuerdo con el autor, el estereotipo es aquello que le distancia del placer en el texto, pues el placer está libre de las amarras de pensamiento, le lleva a noticias no descubiertas y no la repetición de modelos ya conocidos.

Martine Joly (2002) hace referencia en *La interpretación de la imagen: entre memoria, estereotipo y seducción* al pensamiento de Ruth Amossy a respeto de los estereotipos dentro del campo de las ciencias sociales. De acuerdo con Amossy, el estereotipo es “representación colectiva (...) constituida por la imagen simplificada de los individuos, de instituciones lo de grupos” y la “imagen preconcebida y petrificada que determina nuestras formas de pensar, sentir y actuar”.(Joly: 2002, p.128) Desde estas consideraciones, podemos decir que los estereotipos, y porque también no decir los tópicos y prejuicios son reveladores en lo que se refiere a los valores de la sociedad en que ellos circundan.

Una de las grandes tares de la comunicación intercultural en nuestro tiempo es encontrar el tenue equilibrio entre el universal y el particular, saber diferenciar qué ya se volvió común, aquellas informaciones que son, en las palabras de Barthes, distantes de la “frescura”, y están impregnadas de juicios de valor, y las ideas y formas de pensar que pueden aportar para la construcción de una sociedad más justa e igualitaria, donde el diferente pueda ser incorporado a la sociedad y tratado con respeto, sin que para eso necesite renunciar de sus características propias que le conceden belleza. Alsina afirma: “La comunicación intercultural nos impele a aprender a convivir con la paradoja del que somos todos iguales y somos todos distintos” (ALSINA: 1999,p. 66)

3. El estereotipo en los medios de comunicación: la busca por una comunicación funcional

Los estereotipos son creados por la sociedad y reforzados por los medios de comunicación. Todos los medios saben cómo crear, reforzar y sobretodo modificar los estereotipos. En mayor el menor medida usan de los estereotipos para transmitir los contenidos que pretenden. ¿Y porque eso acontece? Una de las premisas básicas de todos los medio de comunicación es la audiencia. Se espera siempre que ella sea masiva, pues los anuncios entre los programas son la manera que los propietarios de las compañías ganan dinero, o la manera como las grandes distribuidores de cine consigan hacer con que un mayor número de personas sigan a las salas de cine para asistir a las películas exhibidas. Ahí está la respuesta, utilizan los estereotipos como estrategia para que un mayor número de personas tengan interés en las producciones. Las producciones audiovisuales son por muchas veces determinadas por el mercado y la industria.

Según Molles (1985), en su libro *La comunicación y los mass media*, “en la cultura siempre si han dado estereotipos, pero, sin duda, entre los fenómenos comunicativos de la cultura de masas contemporánea si han multiplicado, entre otras razones, por funcionalismo comunicativo”. (1985, p.640) Así como Molles, McMahon también cree que el uso de los estereotipos es utilizado para facilitar la comunicación. De acuerdo con el autor, el uso de estereotipos “facilita el comunicar nuestras ideas sobre determinados grupos, puesto que podemos suponer que el mundo está familiarizado con el estereotipo. El estereotipo, por tanto, actúa como atajo y simplifica la comunicación.” (MCMAHON B. y QUIN R.:1997, p.137)

Es a través del reconocimiento con los personajes que los programas pasan a tener éxito, es decir, los personajes, para volver reconocibles por un mayor número de personas necesitan usar mano de los estereotipos, que son representaciones simplificadas de grupos de gente, formas de “atajos” para el reconocimiento del gran público.

El estereotipo camina en dirección opuesta a la construcción del pensamiento crítico. Él nos lleva a “incorporar” las ideas de la sociedad del consumo, que trabaja intensamente para el mantenimiento de un espectáculo en el que nos tornamos insensibles a los problemas del excluidos, inconscientes a las leyes de consumo, meros adoradores de productos, *slogans* y marcas. La alienación propia de la sociedad de consumo aporta para la aceptación automática de los estereotipos. De acuerdo con Adorno, uno de los más importantes teóricos de la Escuela de

Frankfurt, el porvenir de la cultura se quedó en juego después el advenimiento de Industria Cultural, es decir, el cine, el radio, la prensa y todos los otros medios de comunicación obedecen al férreo sistema del consumo. Según el autor, los *mass media* incitan los individuos a tener una visión simplista de la vida y de las relaciones sociales.

Muñoz (1989) hace referencia a Adorno y Horkheimer en una cita rellena de ironía. Él dice que: “automóviles, bombas y películas cinematográficas funcionan como factores de cohesión del sistema.” (MUÑOZ:1989,p.119) Poniendo las películas cinematográficas con la misma importancia que las bombas, Adorno escribe sobre todo el poder que una producción audiovisual puede alcanzar en una sociedad medida por imágenes como la que vivimos actualmente.

“El replanteamiento frankfurtiano de la ideología pasa por el del papel social de los significados cosmovisión derivados de los *mass-media* y sobre los que el individuo común construye su percepción de la realidad. Así, la relación de la sociedad con los medios es una relación ideológica, pero también una organización económica del consumo y de sus productos. (...) Marx y Freud explicaron el factor esencial de la alienación y de la deformación colectiva ideologizada, sobre el que la industria del entretenimiento adquiere una existencia más allá de lo puramente imaginario.” (MUÑOZ: 1989, p. 111)

De esta manera, se pone claro que los contenidos televisivos, cinematográficos y todos contenidos de los *mass media* trabajan para coaccionar los individuos a adoptar la ideología de la cultura de masa como suyas. La metáfora tan utilizada de la alienación social utilizada por teóricos de la industria cultural también puede ser identificada como una ceguera generalizada: ceguera para sus propios deseos, valores e ideas. El hombre contemporáneo renuncia de su identidad para adoptar modelos institucionalizados. Estereotipo y alienación social son, también, dos formas en que adoptemos la ceguera en el cotidiano. Este trabajo pretende, de esta forma, tratar del tema de la ceguera en el cine sabiendo también que ésta por muchas veces es una condición existencial del individuo contemporáneo, desconectado de su identidad, que no sabe las razones de sus acciones en la sociedad, muchas veces porque él se volvió una mera muñeco que atiende a comandos de la ideología dominante. De alguna forma, el hombre se vuelve un personaje del film que es su propia vida, un personaje ciego como estos que están presentes en las películas que iremos a analizar.

4. La mirada diferenciada a los personajes ciegos en el cine: transcendencia y prisión

La imagen de personas sin orientación y la idea de que están perdiendo gran parte de la vida por vivir con la ausencia de la visión son, en general, algunas de las ideas que pairan con relación al ciegos en el imaginario popular.

Aunque que en la mitología griega podemos encontrar muchos ejemplos que muestran los ciegos como personas dotadas de grandes poderes, o la experiencia de volverse ciego como un camino para la sabiduría, mucho de lo que está presente en estas enseñanzas no fue mantenido en los días de hoy. Edipo, al volverse ciego, puede alcanzar una visión hasta entonces desconocida a él. Hay también Tirésias, un ciego adivino, que ve cosas que los pobres videntes, dotados apenas de lo mirar del cuerpo físico , no pueden alcanzar. Ésos son apenas dos de los inúmeros ejemplos que podemos decir sobre las particularidades de los ciegos que pueden sobresalir delante de los videntes.

Para este trabajo escogemos como unidad de análisis de las dos últimas escenas del “cine del autor” iraní “El silencio” y la película de “cine documental” brasileña “La persona es para el que nace”. Las dos películas tienen ciegos como personajes principales. En estas escenas podemos percibir el distinto tratamiento dado para la temática, aun cuando se traten de géneros distintos, el refuerzo o quiebra de estereotipos están presentes en estas escenas escogidas de manera bastante clara. Según José Maria Pallarés (2000), el personaje estereotipo forzosamente obedece a un diseño y manifiesta desde el comienzo del relato los rasgos que le caracterizan como tal:

“El estereotipo siempre es una simplificación y raramente, en la identificación del espectador con él, habrá campos de connotación intelectual. (...) el estereotipo es una reducción de todas las posibilidades de rasgos personales, marcando de forma superlativa aquel rasgo que le distinguirá durante todo el transcurso del relato, en su identidad y en su comportamiento”. (PALLARÉS:2000, p. 368)

En el film “El silencio” acompañamos la historia de Khorshid, un niño ciego que vive con la madre y le ayuda a pagar el alquiler con el dinero que recibe en una tienda como afinador de instrumentos musicales. Todos los días él coge un autobuses para ir a la oficina. Su madre dije a él para que ponga los dedos en su oído para no escuchar melodías bonitas y salir de su camino “correcto”, o sea , el camino hasta su trabajo. Pero Khorshid no consigue obedecer a su madre,

pues la tentación de tantos sonidos es bien mayor. Los sonidos lo llevan a los más diferentes lugares, lo que hace con que él se pierda por muchas veces.

A lo largo de toda la película somos llevados a sentir el mundo desde la percepción del niño, o sea, experimentamos las sensaciones que le llegan del mundo a partir del tacto, del olfato y mucho, y principalmente, desde la audición. Quizá ésta sea la gran quiebra de calidad en los formatos cinematográficos que el director Mohsen Makhmalbaf consiguió instaurar. A la cámara está a todo momento enfocando aquello que el niño escucha, es decir, el punto de vista, concepción clásica del cine americano, es cambiado por el punto de audición.

El director busca dar énfasis a los sonidos de la película, y eso muda radicalmente los planes y la construcción de las escenas. En una escena en la que el niño está en el autobús a camino del trabajo, por ejemplo, el director para mostrar que la atención del personaje está en los sonidos en los que escucha, el director coloca en primer plano la oreja del niño. Y así por diversas veces, el sonido tiene importancia crucial en la película. A lo largo del film, dos escenas específicamente muestran la idea de que se dejamos nos guiar por nuestros sentidos y no a través de la razón continuamente podemos nos perder.

En una de las veces en las que Khorshid va para el trabajo, sentado en el autobús, escucha dos niñas a cantaren una música, pero ellas no consiguen memorizar la misma. Las niñas intentan por diversa veces, hasta el momento en el que Khorshid interviene y repite la música de una sola vez. Dice a las niñas: “cierre los ojos, si cierra los ojos aprenderá mejor”. Es entonces cuando ellas siguen el consejo del niño ciego y consiguen cantar toda la música. Ahí está presente la idea que el conocimiento puede pasar a través de nuestro no-mirar, que existe una sabiduría que no está presente apenas en el todo-visible.

Otra escena muy importante que demuestra esta sabiduría que está presente en el mundo “invisible” es a que se pasa en el mercado. Khorshid se pierde de su amiga y a todo momento oímos con mucha fuerza los sonidos del ambiente. Para demostrar que están en “mundos diferentes”, la niña y Khorshid aunque estén en el mismo mercado y muy prójimos, escuchan sonidos y ruidos bastantes distintos. Cuando la niña resuelve cerrar los ojos y sale a buscar el niño y decide no más guiar más por la visión, pero por los posibles sonidos que estarían encantando su amigo, ella lo encuentra.

Las bonitas melodías que Khorshid escucha y que lo hace perderse del camino “correcto” son los espacios donde él puede dar flujo a sus sueños, al placer y a todo qué le encanta. Seguir

el consejo de la madre y no escuchar los sonidos a largo del camino para el trabajo es una manera de aceptar la prisión del real, de lo que es conocido, de las obligaciones y lo donde todo eso culmina, o sea , la necesidad de trabajar para pagar el alquiler. La escena que escogemos para hacer una comparación con la película “La persona es para el que nace” simboliza la liberación del niño del mundo que le impide de sentir el placer de las bonitas canciones, que es su manera de ver el mundo. Khorshid ve el mundo desde las músicas y eso le era negado.

La escena en cuestión se pasa en el margen de un río, donde músicos están tocando junto a un bonito caballo blanco. El niño ciego está sentado junto a los músicos cuando su amiga dice que del otro lado del río acaba de llegar la persona que iba a su casa cobrar el alquiler e informa que el muchacho está poniendo todas las cosas para fuera de la casa. En este momento el niño entra adentro del agua y empieza a correr, en un movimiento rítmico y sincrónico con el caballo blanco que estaba junto a él en el margen del río. El niño no va a su casa, corre en la dirección contraria. La cámara corta la escena del rostro del niño para el caballo. Así como el niño, el caballo también tiene crines amarillas doradas de sol. Es una escena de sencilla belleza. El niño, adentro del agua, símbolo de sueño y delicadeza , da su grito de libertad y transcendencia y se niega a permanecer en la prisión, cuando había que negar su esencia.

Esa escena condensa algunos de los mensajes que están presentes en la película y el tratamiento que el director da al personaje ciego. Mohsen Makhmalbaf trata la ceguera de Khorshid como una bonita manera de estar en el mundo, pues a partir de ella él puede percibir las sensaciones desde los otros sentidos y eso le da una riqueza de percepción muy grande. La ceguera es algo que le aprisiona apenas cuando él tiene que hacer contra su voluntad, cuando su madre le orienta a no escuchar los sonidos, que para él era no poder mirar el mundo. El niño en el final gana la fuerza y belleza del caballo a correr adentro del agua, espacio de sueño, transformación y nacimiento. En esta escena Khorshid nace para el mundo de la manera como ahora estuviese en contacto con su propia naturaleza: mirando desde la música.

En la película “La persona es para lo que nace” (2004), el director Roberto Berliner posee un mirar diferente para las personajes ciegas. Así como se pasa en el film iraní, en este documental la música también posee una grande importancia. Sin embargo, aquí los sonidos no ofrecen dirección o mismo placer por la fruición de los sonidos. En la película brasileña, la música surge como instrumento de subsistencia y una forma de vivir dignamente en una región extremadamente pobre del Nordeste del Brasil.

Allende supervivencia, las tres hermanas ciegas, personajes principales de la película, tienen la música como una puerta de entrada para el efecto del cine en sus vidas. Debido a realización de un cortometraje con las hermanas antes de la realización de la película “La persona es para lo que nace”, el director optó por mostrar en el film como ellas se habían tornado conocidas y famosas en todo el país después que aparecieron en el cortometraje de realización del mismo director. Éste es un punto bastante importante en el decorrer del film, pues existen escenas en las que las hermanas aparecen tocando sus instrumentos musicales y cantando ahora no más en las calles, pero en escenas para grandes plateas.

Es interesante aquí también cuestionemos lo cuanto que los medios de comunicación y los espectadores de las presentaciones de las tres hermanas músicas no estarían también siendo ciegos para el real talento que están presentes en las cantoras. Por percibir primeramente la ceguera de las hermanas, el grande público se vuelve ciego para los dones y la poesía que está presente en sus canciones y en sus testimonios de vida. El film refuerza el estereotipo del ciego que sufre en el mundo organizado para los videntes. Regina, Maria y Conceição, las tres hermanas cantantes, quedaron conocidas en los medios de comunicación como las “Ceguitas de Campina grande.”

Los medios de comunicación y mismo los espectadores del show que aparecen en la película siendo entrevistados hacen referencia a las tres hermanas como “las cantantes ciegas”. Más que la calidad de sus músicas, su producción artística, la ceguera de ellas toma una dimensión mayor, cual si apenas por cuenta de su deficiencia visual ellas tuviesen éxito en todo el Brasil. El estereotipo del “pobre” ciego que no consigue orientarse, que es uno menos capacitado, que por cuenta de su condición existencial está expuesto a los más diversos problemas está presente a largo de toda la narrativa.

La última escena de la película posee el elemento del agua bastante representativo de la misma forma como aparece en “El Silencio”, pero el tratamiento dado por el director de la película brasileña sugiere otra connotación. Después de mostrar toda la trayectoria de las hermanas como músicas consagradas por el medios de comunicación, surge el momento en el que ellas son abandonadas por el grande público y vuelven a cantar por las calles de su ciudad.

En la escena final de la película las tres hermanas desnudan y, de manos dadas, entran adentro del mar. La cámara, posicionada lejos del local donde las cantoras están, respecta la intimidad de las mismas, sin embargo, pero las presenta de una manera débil, cual si las mismas

necesitasen de ayuda. La imagen de soledad y ausencia de apoyo es prevalecida. Enrique Perela, en su libro *Conducta Estética y Sistema Cultural. Introducción a la Psicología del Arte*(1993), escribe a respecto de la obra de Panofsky., autor que ha escrito uno de los tratados fundamentales sobre la capacidad informativa de las obras de arte y construye una serie de nociones para analizarnos las imágenes en general. En el último modelo de Panofsky, del año de 1962, el autor trata de una “lectura interpretativa de la imagen”, que sigue un conjunto de categorías y la tercera hace referencia al “significado intrínseco o contenido” , o sea, el símbolo. Esta fase de la interpretación de una imagen él denomina de “interpretación iconográfica”.

Para el estudio de la última escena de cada película es muy importante pensamos a respecto de la simbología del agua, una vez que este elemento está presente en las dos películas y, además de esto, la manera como ella aparece representada muestra el distinto tratamiento que los personajes ciegos reciben en las obras audiovisuales. Según Chevalier (1988), en el *Diccionario de simbolos*, el agua posee varias significaciones simbólicas, pero ellas pueden reducirse a tres temas dominantes: “fuente de vida, medio de purificación y centro de regeneración” (1988,p. 52)

El autor hace una descripción de como el agua es percibido en Asia: “el agua es el la forma substancial de la manifestación el origen de la vida y el elemento de la regeneración corporal y spiritual, el símbolo de la fertilidad, la pureza, la sabiduría, la gracia y la virtud”(1988, p.53) Percibimos qué en el final de “ El Silencio” el niño pasa por una fase de renacimiento, es decir, en el momento en que entra en el río y camina junto con el caballo, está pasando por un ritual de iniciación. El agua, que lo circunda, ayuda en este proceso de regeneración y, como en un bautizo, este baño hace con que él pase a una otra fase de su vida.

Vemos un tratamiento distinto en la película brasileña. Las hermana ciegas entran en el mar con miedo, apariencia de que estén sin defensa, desamparadas. Aquí el agua puede recibir la connotación que Chevalier (1988) da las aguas amargas del océano: “El hombre – dirá Ricardo de San Víctor – debe pasar por las aguas amargas, cuando cubre consciencia de su propia miseria”(1988,p. 56) Pero el autor sigue escribiendo los distintos simbolismos del agua, otro que también puede ser encontrado en el film “La persona es para el que nace”: “Las aguas en calma significan la paz y el orden” (1988,p. 56) En el caso de las tres hermanas, ellas viven la paradoja del amargo sabor de las miradas de las personas, que ven a ellas como menos capacitadas y que sufren con esto, pero también ellas son testigos de vida, pues aunque vivan en plena miseria

siguen cantando las bellezas de la vida. Aunque reciban un tratamiento que disminuya su talento, pues minimizan ellas a “ciegas cantantes”, ellas dentro del mar, en la última escena, aunque desprovistas de orientación, también demostrar una fuerza muy grande, y reciben la fuerza del océano.

Ellas están como el agua del mar. Aunque tengan miedo, las cantantes transmiten una cierta paz, como experimentasen un buceo en el desconocido. En este momento en que, de manos dadas, entran en el mar en silencio, experimentan el mismo silencio que el niño ciego de la película iraní carga con ello por toda la película.

5. Consideraciones finales

Estudiar los estereotipos aumenta nuestra capacidad de comprensión de la realidad de una manera más crítica, pues muestra las posibles prisiones de nuestro mirar para nuestras condiciones en la sociedad. Pensar a respecto de los estereotipos bajo el vértice de la ceguera es de cierta forma serenos también un poco redundantes. Pensamos sobre la ceguera desde la ceguera, es decir, como podemos ser ciegos a cuando contemplamos producciones que tratan de la ceguera.

Vemos en este estudio que los estereotipos están extremadamente presente nos medio de comunicación. Para que cuenten historias, ése es uno de los recursos más utilizados, pues simplifica realidad complejas y hace con que las narrativas se vuelvan comprensibles a un mayor número de personas. Mientras las producciones audiovisuales atender a una cultura del mercado, a una industria que prioriza a alienación , a no criticidad, una cultura que prioriza el lucro sobre el número de entradas vendidas y no la real transformaciones de las conciencias, el uso de estereotipos en medios de comunicación ira prevalecer. Percibimos qué existen atajos, caminos paralelos que intentan romper esa manera de percibir los individuos como meros consumidores y no como ciudadanos.

Maria, Regina y Conceição, las ciegas cantantes de la película brasileña, son objeto de un mirar extremadamente estereotipado. En esta película permanece el tratamiento dado a los ciegos a largo de los años: como personas que necesitan la ayuda de los videntes para sobrevivir y que no poseen una manera propia de mirar el mundo. La película iraní consigue salir de esta mirada estereotipada y percibe los ciegos como detentores de un mirar diferenciado, a partir de las

sensaciones provocadas por la música, el viento, los ruidos y el tacto. A través de este trabajo acompañamos la construcción de dos modelos de pensamiento, frutos de las características y historias da cultura de cada una de las películas.

6. Bibliografía

ALSINA, R. *La comunicación Intercultural*. Barcelona: Anthropos Editorial,1999.

CHEVALIER, J. *Diccionario de los símbolos*. Barcelona: Editoria Herder, 1988.

ECO, U. *Apocalípticos y integrados ante la cultura de masas*. Barcelona: Lumen,1985.

GUBERN, R. *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. México: Editorial Gustavo Gilli, 1992.

IBÑEZ, J. *Didáctica de la Imagen. Educación de la sensibilidad Visual*. I.C.E Deusto, Garvica-Bilbao,1999.

JOLY, M. *La interpretación de la imagen: entre memoria, estereotipo y seducción*. Barcelona: Paidós Comunicación,2003.

MCMAHON B., QUIN R.. *Historias y Estereotipos*. Madrid: Ediciones de la Torre, 1997.

MITRY, J. *Estética y psicología del cine*. Madrid: Siglo XXI de España Editores, 1986.

MOLES, A. *La comunicación y los mass media : las ideas, las obras, los hombres*. Bilbao : Mensajero, D.L, 1985.

MUÑOZ, B. *Cultura y comunicación. Introducción a las culturas contemporáneas*. Editorial Barcanova, 1989.

PALLARÉS, J. *La comunicación cinematográfica*. Badajóz: Dep. de publicaciones, 2000.

PERELA, E. *Conducta Estética y Sistema Cultural. Introducción a la Psicología del Arte*. Madrid: Editorial Complutense, 1993.