

PROBLEMAS DE LA COMUNICACION CINEMATOGRAFICA

"Nada es más real que la magia"
John Huston

Eduardo Castro Ríos

1. El cine como medio de comunicación de masas

Realizar una consideración sociológica de la comunicación cinematográfica implica, por una parte, reconocer en el cine un medio de comunicación masivo inserto dinámicamente en la complejidad y desencajamiento de los procesos culturales y, por otra, reafirmar *a priori* la importancia de la comunicación en la vida social y, en el caso especial del cine, evidenciar el rol protagónico que le compete en la sociedad. En este sentido, Ana María Naudín, al explorar la esencia del cine, señala que éste es "algo social, hecho por y para la sociedad".¹

En esta apreciación está implícito el fenómeno comunicativo, idea que se ve reforzada con la consideración de que el cine "en su interior encierra valores culturales".²

En consecuencia, el cine, en tanto hecho comunicativo, no sólo debe ser considerado desde una perspectiva lingüística, sino que también desde el punto de vista sociológico, porque, al ser un medio de comunicación de masas, se convierte en reflejo de los problemas sociales y en agente de socialización y, de acuerdo a ello, según Jorge Gissi, "está influido por las normas, valores, creencias y actitudes de la sociedad en que nace, en una palabra, por la cultura de esa sociedad y es a la vez influyente en estas normas, valores, etc., y por lo tanto, en esa cultura".³

En este sentido Francisco Gómez Jara y Delia Selene reconocen que el cine cumple una serie de funciones en la vida social. Y establecen que éste "es uno de los mejores medios de enseñanza de los pueblos, al mostrar las cosas, los países lejanos, valiéndose de todas las formas artísticas como la literatura, la pintura, la arquitectura, la música, etcétera".⁴

Al plantearnos este problema se nos hace evidente una inquietud, al situarnos en la perspectiva de los destinatarios:

¿Todos los productores, guionistas, actores, directores y técnicos tienen real conciencia del rol sociológico que le compete al cine?. La gran mayoría no tiene conciencia, ni siquiera de los mensajes implícitos que contienen los films. Sin embargo, Gissi señala que "de las múltiples personas que trabajan para una película, son quizás los guionistas y los directores los que tienen mayor lucidez sobre el significado de ella. Pero, la búsqueda consciente, intencional y voluntaria de usar el cine para mostrar la sociedad, sólo la realizarán algunos directores, y mucho más marcadamente en la época de postguerra".⁵

En esta perspectiva se sitúan algunas escuelas cinematográficas como el neorrealismo italiano cuya finalidad es mostrar la situación social de postguerra, la *nouvelle vague* francesa que intentará expresar los problemas existenciales del hombre contemporáneo y el nuevo cine norteamericano anti-Hollywood, que viene a poner en evidencia los conflictos sociales de la sociedad norteamericana, problemas tales como la violencia, la prostitución, la discriminación racial, la degradación moral, la pérdida de la identidad y otras tantas depresiones que asuelan a la especie humana dentro de su medio social. Pero, este cine no es simplemente una radiografía social, sino que paralelamente asume la categoría de arte. Ello lo convierte en un producto doblemente valioso, pues en la materialización de la obra cinematográfica, aparte de fundir lo artístico con lo social, subyace no sólo la intención implícita de comunicar de parte del destinador, sino que también se evidencian propósitos trascendentales de educación y transformación social. Este vendría a ser el aspecto optimista de la función que debería de tentar el cine en nuestra sociedad, por su naturaleza y proyección. En este sentido, Rossellini expresa que "El cine es un mass-media, esto es, un vehículo susceptible de llegar a vastas masas y de ser comprendido por ellas".⁶

Sin embargo, el advenimiento del cine como un medio de difusión possibilitó, rápidamente, su masificación, con las consiguientes consecuencias que el mismo Rossellini señala:

se pretendió absorber un número cada vez mayor de consumidores cada vez menos preparados; se proveyó entonces a transcribir las obras de arte con el propósito de hacerlas más comprensibles, pero la vulgarización llegó al extremo de degenerarlas. Los mass-media, pero sobre todo y antes que los otros

el cine, difundieron así un producto desacreditado culturalmente, porque ya no tenían nada en común con las obras que le dieron origen.⁷

Esta situación se ve aún más desmejorada cuando una gran parte del cine norteamericano, especialmente el de Hollywood, aparte de no reflejar el verdadero dilema de la realidad social de los Estados Unidos, pretende entregarnos un determinado modelo de sociedad ideal. Perspectiva asumida por un cine de tipo conservador que propugna ideológicamente la instauración de estos modelos socio-políticos. En esta línea el mayor exponente es la comedia cinematográfica americana que "tiende a dos objetivos claramente definidos, uno de política interior -la paz entre las clases, a través del conformismo- y otro de política exterior -la propaganda de las instituciones conformadoras de Estados Unidos y la promoción de sus productos industriales".⁸ Frente a este cine comercial surge un cine liberal que, en determinadas circunstancias, en que ha intentado hacer una radiografía a la sociedad:

casi siempre se ha limitado a formular un juicio moral sobre ella y no se ha expuesto políticamente los problemas básicos en forma tal que comportasen la formulación, por parte de los espectadores, de una reflexión crítica y exigiesen una clara toma de posición combativa. Así el espectador se ve obligado a formar un juicio y emitir una opinión sobre un hecho concreto, aislado de su contexto político, social y económico que lo ha originado.⁹

Sobre el espectador recae la enorme responsabilidad de asumir positivamente su rol de receptor dinámico en el proceso de la comunicación cinematográfica, porque está inserto en la sociedad, viviendo su drama y el de los demás. Por lo tanto, los elementos de juicio están en el seno de la vida social. Y, por consiguiente, será lógico que el espectador-receptor elabore su tesis a partir de la función y la naturaleza misma del hecho cinematográfico.

Pero, si consideramos las observaciones de Rossellini en torno a la masificación del cine se nos hace evidente que el destinatario no está preparado para esta tarea. Tan masificado

está el fenómeno que aquellos sujetos "menos preparados", como dice el propio director, se transforman en "consumidores" de un producto y, que la mayoría de las veces, se construye sobre las bases de estereotipos que buscan el sensacionalismo para activar un proceso de comercialización.

Este espectador corriente, como dice Ana María Naudín, "no ven en el cine la totalidad de sus aspectos, sino esencialmente tres: espectáculo, evasión y diversión. Deslumbrado por uno de estos tres componentes del "ente cine", pierde de vista todo lo demás y se crea del cine una visión falsa, incompleta, mutilada, que a la larga le perjudicará".¹⁰

Pero, entonces, ¿cuál sería la actividad ideal del espectador para realizar correctamente este proceso de comunicación? En parte, la misma autora responde esta interrogante al señalar que el espectador debe ver "en la película parte de arte, de técnica, de espectáculo, de poesía, de sentimiento, de cultura, que se dejase llevar un poco por su poder de evasión, pero que comprendiese a la vez su trascendencia social, que adoptara una actitud crítica, de juicio, una posición inteligente".¹¹

Evidentemente, éste sería un espectador-receptor ideal situado en un nivel totalmente distinto al "consumidor" poco preparado de que nos habla Rossellini.

2. La teoría del lenguaje y los elementos de la obra fílmica

El cine es en esencia un proceso de comunicación que posibilita el conocimiento y la interacción humana. Por lo tanto, en este sistema, podemos reconocer la presencia de los factores de la comunicación que ha consagrado la Teoría del Lenguaje. De este modo, el cineasta corresponde al destinador, pues es el sujeto que destina o emite un mensaje. Aunque en la mayoría de los casos el emisor coincide con el equipo de realización cinematográfica, es decir, el director, el productor, el guionista, etc. Esto depende, por lo general, del tipo y calidad de la obra fílmica.

El mensaje se funde en la totalidad del film y éste a su vez es aprehendido por un espectador, individual o colectivo, quien de acuerdo a los conceptos manejados hemos denominado destinatario o receptor-espectador.

De estos tres factores señalados es indudable que el mensaje es el más importante; sin embargo, para que sea funcional, según Jakobson debe apoyarse en otros elementos:

requiere, en primer lugar, un contexto al cual remite (...), contexto que resulta comprensible por parte del destinatario, y que, si es verbal, es susceptible de ser verbalizado; en segundo lugar, el mensaje requiere un código común en su totalidad o al menos en una parte, el destinador y el destinatario (o, en otros términos, al codificador y al decodificador del mensaje); por último, el mensaje requiere un contacto, un canal físico y una conexión psicológica entre el destinador y el destinatario, contacto que le permite establecer y mantener la comunicación.¹²

En la obra fílmica, el contexto se refiere a la totalidad de la realidad aprehendida por el espectador a través de los sentidos de la visión y el oído. El código está conformado por una serie de elementos que constituyen el lenguaje cinematográfico, elementos tales como: el montaje, los fotogramas, los planos, el color, el formato, el sonido verbal y musical, los efectos especiales, etc. Por su parte, el contacto es el haz de luz que se proyecta hacia la pantalla. Aquí, como producto de las leyes físicas este haz impresiona la retina del receptor.

Además, todos estos factores emplázanse en una situación concreta, es decir, el tiempo y el espacio en que se produce la comunicación. Sin embargo, la base de sustentación de la comunicación cinematográfica radica en el lenguaje cinematográfico. El montaje, los fotogramas, los planos, etc., dan vida a este lenguaje. La disposición y organización de estos elementos representan el propósito del destinador de producir y emitir un mensaje. De este modo, se cumple con una de las más importantes condiciones, sin la cual no existiría la comunicación cinematográfica, la intención comunicativa, es decir, el acto consciente y voluntario de querer comunicar algo a un espectador dinámico. En segundo lugar, procede a codificar su mensaje, a transformarlo en señales perceptibles, a pesar de la asistematizada natural del cine en tanto medio de comunicación. Esta carencia se refleja en la no pertenencia de unidades reutilizables, ni reglas estables de combinación de los elementos esen-

ciales del lenguaje cinematográfico. Sin embargo, el espectador, en su calidad de receptor, decodifica el conjunto de señales visuales y de ondas acústicas, transformando todas estas señales percibidas, nuevamente, en mensaje. De tal modo, tanto el espacio como el tiempo, la fotografía, el sonido, los modos narrativos, los géneros cinematográficos y los actores, desde la perspectiva del destinatario, tendrán una lectura menos asistemática por el condicionamiento cultural a que lo somete la sociedad.

Sin embargo, a pesar de lo incorrecto que pueda resultar el acto de decodificación del espectador-receptor, se cumple y se completa el proceso comunicativo que inició su virtualidad con la decodificación. Esto significa que el cineasta y el receptor comparten el conocimiento de un determinado sistema de signos propios del mensaje cinematográfico.

Por lo tanto, a partir de las categorías de la Teoría del Lenguaje, podemos afirmar, que el cine es un sistema de comunicación que posibilita y enriquece las relaciones entre los hombres.

3. Los principios del signo lingüístico y su función en el cine

Antes de situarnos en el problema central -semiología del cine- analizaremos el concepto en términos generales. Según el Diccionario de términos filológicos de Lázaro Carreter, semiología corresponde a un "Término propuesto por F. Saussure (1916) para designar una futura ciencia (hoy ya iniciada) que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social..."¹³ En definitiva, la semiología estudia todos los fenómenos socio-culturales y los sistemas que subyacen bajo estos procesos. El cine, por su parte, en tanto medio de comunicación de masas hecho por y para la sociedad, también es susceptible de ser analizado por esta ciencia, máxime por la gran cantidad de signos que lo componen. Por lo tanto, podemos hablar con toda propiedad de una semiología del cine, cuya finalidad sea el análisis de los sistemas de signos que conforman el arte cinematográfico. Por otra parte, la obra artística, en este caso el film en concreto, opera como un signo, situado entre el destinador y el destinatario, cuya función es la de comunicar. Es decir, este signo actúa "como mediador entre los miembros de una misma colectividad"¹⁴ como señalaba Mukařovský a propósito de la obra de arte.

Esta condición mediadora del signo le da un carácter de autonomía. Sin embargo, este rasgo de autodeterminación no lo desvincula del contexto sociocultural que lo rodea. Puesto que, toda obra de arte podemos ubicarla dentro de determinados parámetros culturales y sociales. Este mismo hecho nos evidencia la función comunicativa del signo. En el caso del cine, en los films, reconocemos la existencia de elementos o factores concretos de comunicación.¹⁵

Por lo tanto, podemos reclamar, con toda propiedad, para la obra fílmica, una esencia y una trascendencia fundada en la comunicación. Este debe ser el espíritu y la intencionalidad que oriente la acción del destinador. Refiriéndose a esto, Garroni señala que "el objetivo primario e insustituible del escritor, del artista, del cineasta (...) es y no puede dejar de ser nunca la comunicación".

Sin embargo, cuando nos enfrentamos a los movimientos de vanguardia pareciera que nuestros postulados pierden validez, porque nos encontramos con un conjunto de films en los que se manifiesta de facto la incomunicabilidad, lo ilógico, lo irracional o lo alienante de una sociedad. Aun, en esta perspectiva, el vanguardismo está generando un proceso comunicativo, a través de la mostración de un mundo determinado que explícitamente se rechaza y en la proposición virtualmente implícita de nuevos modelos.

En esta perspectiva, Gérard Langlois y otros autores en El Cine de vanguardia, citan los planteamientos que formulan con respecto a este movimiento Ado Kyron y George Goldfay, quienes señalan que "cualesquiera que sean los terrenos en que se manifieste, el vanguardismo responde al rechazo consciente de vivir a expensas de lo ya sabido y de tomar modelos de pensamiento. Huyendo de la esclerosis que amenaza a la expresión que ha encontrado su culminación en la perfección de un estilo o un género determinados, pretende abrir nuevas vías, explorar terrenos vírgenes, irradiar nuevas luces sobre la vida".¹⁶

En esta segunda parte del estudio, abordaremos semiológicamente la comunicación cinematográfica, adentrándonos, en forma exclusiva, en el problema del signo. Esto reviste especial consideración porque la obra fílmica para poder comunicar necesita activar el funcionamiento de su sistema de signos. En consecuencia, nuestro estudio debe estar orientado a resolver la naturaleza de ese sistema de signos. Para esto, tomaremos como

base los dos principios básicos del signo lingüístico que plantea Saussure en su teoría: el carácter arbitrario y el carácter lineal del signo lingüístico.

El primer carácter en la perspectiva de la lengua, alude a la relación arbitraria que se establece entre el significante y el significado. Es decir, hay una serie de elementos fónicos finitos que en sus múltiples combinaciones, según las posibilidades de cada sistema, forman las palabras o los significantes, pero éstos sólo por convención, no por una necesidad vital, se unen a un significado determinado como podrían haberse anexado a cualquier otro. Sin embargo, se acepta la convención para que los signos logren su propósito de comunicabilidad.

Por su parte la composición de los signos cinematográficos presenta, obviamente, también la doble virtualidad: el significante que corresponde a las imágenes y el significado constituido por los representado por éstas. Por la naturaleza de estas dos dimensiones, podemos decir que los signos cinematográficos tienen un carácter de signos icónicos. Según Umberto Eco, los íconos son signos que hacen referencia a su objeto en virtud de una semejanza y de ciertas propiedades intrínsecas. Pero, éstos no poseen las propiedades del objeto representado, sino que reproducen algunas condiciones de éste.

Por lo tanto, el significante cinematográfico estaría dado por la imagen icónica de un objeto, y su significado, viene a ser lo que esta imagen del objeto representa. Esta imagen icónica del objeto estará registrada en el fotograma y operará por semejanza para que el espectador establezca la conexión con la realidad aludida, según su propio código cultural.

Esta característica de los signos cinematográficos pareciera alejar de ellos el fantasma de la arbitrariedad, porque entre el significante y el significado hay una relación de imprescindible necesidad, producto de la universalización del lenguaje cinematográfico.

En tal sentido, Metz expone que "en una película la selección de elementos significantes está motivada por el significado que se pretende comunicar. Si un realizador pretende hablarnos de una casa, en cualquier caso, tendrá que enseñarnos una casa, y esta exigencia es tan válida para el realizador italiano, como para el egipcio, japonés o hindú".¹⁷

La imposibilidad de ruptura entre estas dos dimensiones del signo cinematográfico, nos puede conducir a pensar que la imagen icónica sea condicionada a la univocidad de sentido. Al contrario, existen infinitas formas en que el cineasta nos puede presentar los objetos, para lo cual el dispone de una serie de códigos cinematográficos manejados de acuerdo a los propósitos que pretenda transmitir a la obra fílmica. Por otra parte, la misma dinamicidad y complejidad de las escenas y de las secuencias van generando una pluralidad de sentidos.

En relación al carácter lineal del significante, podemos afirmar que se fundamenta en la imposibilidad de que en un mismo mensaje se manifiesten simultáneamente dos significantes, puesto que, necesariamente, éstos se dan siempre en forma secuencial. En relación a esto Saussure señala que "los significantes acústicos no disponen más que de la línea del tiempo; sus elementos se presentan uno tras otro, forman una cadena".¹⁸ Además, este carácter se da en la escritura, en la secuencia es pacial de los significantes gráficos.

Por su parte, el significante cinematográfico corresponde a un conglomerado de imágenes que se suceden también en forma lineal. Este grupo de imágenes evidencia una extensión en dos sentidos, el largo y el ancho de la pantalla, estos constituyen los límites de los formatos fílmicos.

El dinamismo generado por la sucesión continua de las imágenes hace aún más evidente esta linealidad. Uno de los elementos determinantes de la linealidad del significante cinematográfico es la percepción que hace el espectador de una cadena de imágenes dinámicas, éstas, por lo demás, se rigen por un mecanismo de regularidad constante, en la velocidad de proyección, para poder crear la ilusión del movimiento.

Por lo tanto, las imágenes cinematográficas que se suceden dinámicamente unas a otras, aparte de crear la ilusión del movimiento, nos condicionan a captarlas linealmente.

4. Consideraciones finales

a) El cine, considerado desde una perspectiva sociológica, se puede definir como medio de comunicación de masas, pues nace y se desarrolla en un contexto socio-cultural. Este hecho condiciona su naturaleza de agente socializador. Este rol es acti

vado y usado para servir a los intereses de la sociedad y los que asumen o deberían asumir la responsabilidad de encausar y/o corregir, en forma conveniente esta función social, son los destinadores de la obra fílmica, es decir, los productores, los actores, los técnicos, los directores y los guionistas. Estos dos últimos son, tal vez, quienes poseen mayor sensibilidad para desempeñar la tarea de mostrar la verdadera dimensión de la sociedad. Pero, no todos, sólo algunos como, por ejemplo, los de ciertas escuelas cinematográficas como los del neorrealismo, la *nouvelle vague* francesa, el nuevo cine norteamericano anti-Hollywood, los movimientos de vanguardia de los países subdesarrollados, etc.

Pero, este tipo de cine no solamente privilegia el aspecto social, sino que, también asume la categoría de arte, convirtiéndose en un producto doblemente valioso, porque fundir estos dos aspectos implica crear un producto que sea capaz de contener sentimientos, poesía, cultura, arte, técnica, etc.

b) En el cine, concretamente en la obra fílmica, están presentes todos los factores de la comunicación que plantea Roman Jakobson en su estudio de "Lingüística y Poética". Entre los factores más importantes se encuentra el destinador, no por su status ontológico, sino, porque en él se manifiesta la intención comunicativa, es decir, la conciencia y la voluntad de comunicar algo a alguien. Este deseo lo explicita a través de su particular lenguaje, es decir, el montaje, los fotogramas y los planos. Con ellos construye un mensaje determinado que llegará al destinatario convertido en señales visuales y en ondas acústicas, las que deberá decodificar el espectador recurriendo a la totalidad de los códigos culturales por él aprendidos. Una vez cumplida esta fase podemos hablar con toda propiedad de comunicación cinematográfica.

c) Parafraseando a Saussure diremos, en términos generales, que la semiología es una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social. El cine, por ser un arte de imágenes movibles, contiene una gran cantidad de signos, los que son susceptibles de ser analizados semiológicamente. Por esta razón, podemos hablar con toda certeza de una semiología del cine, cuya finalidad sea el estudio de la totalidad de los sistemas que integran el arte cinematográfico.

La constitución del signo cinematográfico, al igual que el signo lingüístico, presenta una doble virtualidad, por una

parte, un significante que corresponde a las imágenes y, por otra, el significado constituido por lo representado por estas imágenes. Por la naturaleza misma de este signo es que adquiere un carácter de iconicidad o signo icónico. Según Eco, los íconos son signos que hacen referencia a su objeto en virtud de una semejanza y de ciertas propiedades intrínsecas. Pero, éstos no poseen las propiedades intrínsecas. Es decir, no poseen las propiedades del objeto representado, sino que reproducen algunas condiciones de éste. Esta cualidad del signo cinematográfico genera una relación vital entre el significante y el significado, por lo tanto el signo cinematográfico no comparte la propiedad de arbitrariedad del signo lingüístico. En cambio, el carácter lineal del significante lingüístico se realiza en el significante cinematográfico a través de la sucesión continua de las imágenes en movimiento.

NOTAS Y REFERENCIAS

1. Ana María NAUDIN: Cine y teatro, Barcelona, Sopena, 1965, p. 10.
2. Ibíd., p. 11.
3. Jorge GISSI: "Nota sobre Sociología del Cine", en Revista de Educación 67, 1978, p. 58.
4. Francisco A. GOMEZ JARA y Delia SELENE de DIOS: "El cine como educación" en Sociología del cine, México, SEPDIANA, 1981, p. 62.
5. Op. cit. p. 59.
6. Roberto ROSSELLINI: Un espíritu libre (...) Escritos sobre cine y educación, Barcelona, Gustavo Gili, S.A., 1979, p. 146.
7. Ibíd., p. 147.
8. Alfonso GARCIA SEGUI y otros: "Cine político" en El cine, T.6, Barcelona, Salvat Editores S.A., 1979, p. 177.
9. Ibíd., p. 200.
10. Op. cit., p. 10.
11. Ibíd., p. 10.

12. Román JAKOBSON: "Lingüística y Poética" en Ensayos de lingüística general, Barcelona, Seix Barral, 1975, p. 2.
13. Fernando LAZARO CARRETER: Diccionario de términos filológicos, Madrid, Gredos, 3ª edición, 1968, p. 363.
14. Jan MUKAŘOVSKÝ: Arte y semiología. Comunicación, Serie B, Madrid, Adalberto Corazón Editor, 1971, p. 31.
15. Emilio GARRONI: Proyecto de semiótica, Barcelona, Gustavo Gili, 1973, p. 29.
16. Gérard LANGLOIS y otros: "El cine de vanguardia", en El cine, T. 5, op. cit., p. 6.
17. Christian METZ: "Los elementos semiológicos del film", en Comunicación 1, Madrid, Alberto Corazón Editor, 1969, p. 11.
18. Ferdinand de SAUSSURE: Curso de lingüística general, Buenos Aires, Losada, 1967, p. 113.