

Febrero - Marzo
2004

Cine y Comunicación Intercultural La Paradoja de un Aparente Intercambio entre Culturas

Número Actual

Por María Ángeles Martínez

Número 37

En cuanto al cinema, no sólo madura sus frutos en el haz estrecho, ceñido, de múltiples elementos ..., sino que después los proyecta en racimo de luz sobre el público más compacto y extenso que pueda imaginarse.
(Ayala, 1995, p. 17).

El cine surgió como un intento de reproducción fiel de la realidad que se colocaba ante el objetivo. Sin embargo, a los pocos años de vida, se descubrió su potencial significativo y en torno a la imagen y el sonido nació un lenguaje específicamente audiovisual que fue consolidándose y evolucionando con el paso del tiempo.

A raíz del fenómeno surgieron diversos puntos de controversia; desde aquí se destacarán dos. El primero de ellos respecto a la consideración del cine como lenguaje o como confluencia de diversos ámbitos. El segundo centra su atención en la elevación del cine a la categoría de arte, equiparable a la pintura o la música. En cualquiera de los dos casos hay que atender a la dimensión social del mismo ya que desarrolla su actividad sumido en un entorno cultural del que recibe influencias notables y al cual confiere una especial aportación.

Por otra parte, la naturaleza misma del cine le hace traspasar barreras y por ello el contacto entre culturas es inevitable. La adaptación de los productos cinematográficos a esos nuevos entornos de sentido trae consigo una interesante reflexión acerca de las relaciones interculturales que se desarrolla a continuación.

La primera controversia: El cine como lenguaje

El nacimiento de un lenguaje audiovisual surge de la conciencia de que la cámara no equivale a la realidad. La llegada del cine sonoro, la aparición del color, los movimientos de cámara, la profundidad de campo, en definitiva, los avances técnicos parecían poco a poco acercar más el cine a la reproducción fiel de la realidad. Sin embargo, la cámara seguía sin sustituir a la visión humana (Fernández Díez y Martínez Abadía, 1999, pp. 21 y ss.), el espacio enmarcaba, la profundidad de campo no era infinita, los planos cercanos agrandaban al sujeto... Surge entonces el **lenguaje audiovisual** como instrumento para relatar la realidad en lugar de reproducirla. Nacen las formas narrativas de representación.

Tras un primer proceso de aprendizaje, el espectador decodifica el mensaje, acepta que la cámara es "él mismo convertido en observador mágico que se coloca en cada momento en el punto de vista más interesante" (p. 22) basándose en la naturalidad y la convención para entrar en ese nuevo mundo que se propone desde la pantalla.

Existe una fuerte controversia en torno a la consideración de lo audiovisual como un lenguaje con pleno derecho. Según Casetti y Di Chio (1994, p. 65) un lenguaje es supuesto como tal si otorga significado a objetos o textos, expresa sentimientos o ideas y comunica informaciones. El audiovisual aparece plenamente,

Número Actual

Números Anteriores

Editorial

Sitios de Interés

Libros

Ediciones Especiales



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55)
58645613
Fax. (52)(55)
58645613

pues, como un lenguaje, ya que significa, expresa y comunica, aunque más adelante se comprobará que diverge notablemente de otros lenguajes establecidos como la lengua.

Siguiendo los planteamientos de Casetti y Di Chio (pp. 66-73), existen tres áreas de estudio principales en el seno del lenguaje audiovisual:

- **Las materias de la expresión** o significantes: son los materiales sensibles con los que se aborda la expresión del lenguaje audiovisual y se dividen en *significantes visuales*, tanto imágenes en movimiento como signos escritos; y *significantes sonoros*, que se refieren al oído y, por tanto, a las voces, los ruidos y la música.
- **La tipología de signos:** un signo se define por la relación entre significante, significado y referente. El cine posee los tres tipos de signos establecidos por Peirce en 1931, índices, iconos y símbolos; por ejemplo, las imágenes son iconos, mientras que la música y las palabras son símbolos y los ruidos son índices.
- **Los códigos:** un código es un sistema de equivalencias, un conjunto de comportamientos acordados en una comunidad dada. El lenguaje audiovisual se presenta como una articulación artificiosa de imágenes y sonidos basada en la convención, cuyas unidades significativas mínimas no tienen significado totalmente estable y universal (Martin, 1996, p. 22). El cine no posee un código unívoco, no tiene reglas fijas y cerradas como ocurre en los lenguajes naturales, un significante no remite inequívocamente a un significado, sino que a menudo lo "no dicho" implica mucho más que lo dicho. Estas particularidades lo desligan de los lenguajes tradicionales, caracterizados por la sistematicidad que permite la aparición de reglas estrictas y compartidas, ya que la creación audiovisual está siempre abierta a nuevas aportaciones y se transgreden continuamente las escasas normas y principios que existen.

Esto lleva consigo una necesidad de aprendizaje intencionado como si se tratara de un segundo lenguaje, con el fin de que los comunicadores estén en condiciones de elaborar y cifrar los mensajes utilizando todos los recursos retóricos del medio audiovisual y los receptores sean capaces de decodificar, de descifrar dichos mensajes.

Se puede deducir, por tanto, que el lenguaje audiovisual es un **lenguaje mixto**, porque se compone de una mezcla de distintos tipos de significantes y signos visuales y de elementos auditivos. Lipietz (1998, p. 268) habla del privilegio de dos sentidos de los cinco, olvidando los otros tres, con el riesgo considerable de perder "la perspectiva atmosférica", de perder los sabores, los olores de las cosas, etc. Este planteamiento tiene un doble enfoque: por una parte se puede pensar que a través de esos dos canales sensitivos al menos se puede acceder a una parte de la otra cultura o que estos ofrecen una perspectiva parcial, sesgada, incompleta de lo ajeno. Esto supone un riesgo apuntado por el profesor Vázquez Medel (2002): nuestras imágenes de la realidad social son ofrecidas a partir de los medios de comunicación, en lugar de estar fundamentadas en nuestra experiencia directa del mundo. Eso influye poderosamente en nuestro modo de interpretar las relaciones de sexo, género, relaciones interculturales, etc.

La segunda controversia: El cine como arte

Este problema toma relevancia a partir de la década de los ochenta del siglo pasado, cuando se empiezan a considerar temas como el énfasis en la diferencia, la tensión entre lo

existente y lo posible (el cine entendido como ampliación de horizontes), la "medición" de las reacciones sobre el público, etc.

La ambigüedad de la relación entre lo real objetivo y su imagen fílmica es una de las características fundamentales de la expresión cinematográfica y determina en gran parte la relación entre el espectador y la película, además de acercar el lenguaje fílmico al lenguaje poético.

Puede decirse, siguiendo a Martin (1996, p. 34), que la "imagen reproduce lo real y, en un segundo paso y eventualmente, *afecta* nuestros sentimientos y, en un tercer nivel y siempre de manera facultativa, toma un *significado* ideológico y moral" [las cursivas son del autor]. Ante la pantalla cinematográfica se guarda una cierta distancia, se es consciente de estar ante un espectáculo y con ello se abandona la pasividad que impone el movimiento de la imagen para participar, para entrar en el juego del cine como un arte con pleno derecho.

Comenta Ayala (1995, p. 13): "El arte, como proceso espiritual, como actuación, consiste en desprender de la realidad una apariencia orientada por la brújula del sentido estético"; el cine es, sin duda un arte, pero un arte controvertido. En primer lugar, por la mediatización de una estructura de empresa industrial que constriñe la finalidad artística del cine (p. 50); este debe buscar siempre llegar al mayor número de personas, lo que en amplia medida influye en la configuración de su lenguaje. Este mismo autor, unas páginas más adelante, habla de la vinculación del mismo a las artes plásticas por su relación con la fotografía; sin embargo, su carácter auditivo lo relaciona también con las artes literarias, e incluso a la música (p. 122).

Dimensión social del cine

Ya el propio Ayala (p. 121) comenta en la cuarta parte de *El escritor y el cine* que "la preocupación por la pureza estética de ese que llamábamos entonces Séptimo Arte no resulta en modo alguno incompatible con el reconocimiento de su carácter social". La función del cine en el seno de la sociedad ha sido y es incuestionable, aunque no permanece exenta de complejidad. Ya se ha comentado que un texto artístico no puede entenderse como un elemento de significación configurada plenamente; los circuitos de la comunicación artística son permeables a la incidencia cultural, de tal forma que esos rasgos culturales penetran sobre los textos, sobre el sentido de cada obra. Un texto significa para alguien y las significaciones que aporten tanto autor como lectores tendrán que ver con la cultura en la que estén inmersas ambas entidades.

Lotman (1979, p. 22) apuesta por el estudio del funcionamiento semiótico del texto real y para ello hay que integrar los estudios histórico-culturales en un proyecto semiótico. Él parte de la consideración del **signo** como unidad cultural; reconoce su papel social, por la capacidad que posee para dar servicio a determinadas necesidades de la colectividad.

Surge entonces el término *cultura*, definido por Lotman (p. 41) como "información no genética, como la memoria común de la humanidad o de colectivos más restringidos nacionales o sociales". Han sido múltiples las definiciones del concepto de cultura, pero todas ellas hacen alusión a su inclusión en un contexto y a su influencia en los hábitos y conductas de los seres humanos. Además, se considera en una doble vertiente, una humanista, más relacionada con prácticas intelectuales tales como el cine, la pintura, etc.; y otra antropológica, más unida a las formas de actuar, a los valores y normas que rigen a un pueblo. Es esta última la que nos interesa en este discurso. La cultura se estudia a partir del sentido y la interacción y se supone una conducta aprendida, no se transmite genéticamente; supone un modo de interpretación y significación de la realidad. La cultura es un todo bien estructurado que se erige en un conjunto

de rasgos distintivos de un pueblo específico que se adapta y cambia con el paso de los tiempos.

Partiendo pues, a partir de esta reflexión, de que tanto el organismo emisor como el receptor de un texto fílmico interpretan el producto desde el seno de una cultura determinada que no tiene por qué ser coincidente, es necesario ubicar el desarrollo de la comunicación cinematográfica dentro de los procesos de comunicación intercultural.

El cine como intercambio cultural: la dialéctica frustrada

La filosofía intercultural tiene como objetivo superar que todo centro pretenda imponerse fuera de su contexto (Gómez Martínez, 2002, p. 1). De la convergencia surge el diálogo y de éste a su vez nuevas formas culturales, que en ningún caso deben pretender la supremacía sobre otras posibles culturas. Hay que dejar de lado toda visión unilateral, toda unicidad de conciencia y todo modelo unitario para el mundo y para el hombre.

La interculturalidad puede definirse como la interacción comunicativa que se produce entre dos o más grupos humanos de diferentes culturas (Austin Millán, 2000, p. 1). Los estudios de comunicación intercultural vienen marcados por aquellas comunidades de personas interesadas en una comunicación eficaz entre miembros de comunidades diferenciadas. Tiene lugar cuando una red de sentidos comienza a entender que existe otra forma de ver las cosas, de darle sentido a los hechos divergente a la propia.

El cine apela frecuentemente a lo imaginario, a lo subjetivo, a lo extraordinario y maravilloso; nos conduce a un mundo nuevo en ciertos puntos convergente con el nuestro y en otros absolutamente divergente. No hay que olvidar que se trata de un dispositivo fabulador, deja en un momento de su historia de ser "cinematógrafo" para conquistar un lenguaje y pasar a ser "cine". Se da entonces una paradoja entre la objetividad propia de lo que aparece en pantalla y la subjetividad de quien observa, "entre la realidad de lo reproducido y la irrealidad del mundo en la pantalla" (Casetti, 1994, p. 63).

El cine acude a representaciones basadas en el mito para constituirse en lenguaje universal, por lo tanto, existe un interés ideológico en cada película. El lenguaje del cine recoge niveles diametralmente opuestos: "desde la vivencia directa de la visión real de la cosa ... hasta la máxima ilusividad" (Lotman, 2000, p. 61). El mundo de los mitos nos conduce a los nombres propios, a lo conocido, a lo fácilmente identificable por cada uno de los espectadores y, por ello, a lo fácilmente universalizable.

Pero hay que tener en cuenta que el cine no es más que una ilusión de realidad. Gracias al *efecto phi* se consigue la percepción de movimiento de una serie de estímulos estáticos representados de forma sucesiva. La intensidad de los sonidos posibilita crear la ilusión de elementos en movimiento. El cine no es más que una mentira, una ilusión.

El cine posibilita el contacto entre una cultura A y una cultura B a través del lenguaje cinematográfico y sus productos; esa conexión se da gracias a imágenes consideradas más o menos universales, exige la traducción o doblaje de la lengua natural en la que ha sido fabricado el producto, pero resulta evidente que hay una ausencia notable de ciertos sentidos a favor de una atención exclusiva sobre la vista y el oído. Además, el cine promueve la construcción de un imaginario artificial que no siempre se corresponde con la auténtica realidad de una cultura, sobre todo en los tiempos en los que la simulación adquiere una importancia crucial, ya que, como apunta Baudrillard (1978, p. 9), esta nueva era suprime los referentes y suplanta lo real

mediante sus signos. La imagen constituye la única realidad de los personajes representados.

Por otra parte el proceso de comunicación que se produce en el cine se da *in absentia*, de la misma forma que se da la comunicación literaria: un emisor construye un mensaje en un momento determinado, que será recibido por uno o muchos receptores en un cronotopo que no tiene por qué coincidir con el del emisor. Las circunstancias histórico sociales pueden variar. Además, el receptor no tiene posibilidad de retroalimentación, no existe un feed-back directo, factor fundamental en el intercambio entre culturas distintas.

Esto conecta con la idea de que el cine nace de una doble voluntad ideológica y de lucro que guía la construcción de los productos cinematográficos. Por una parte, debe reflejar los puntos de vista ideológicos de aquellos que lo crean y, sobre todo, lo financian. Por otra, no nace de un desinteresado interés por confraternizar; sobre el cine recae la imposición de la industria ante la consideración del mismo como bien cultural mercantilizado (Gómez Tarín, 2002, p. 1); por lo tanto, más que de las infinitas posibilidades expresivas que permite su lenguaje, es la industria de la que depende el mecanismo del Séptimo Arte. Sus objetos construidos, las películas, nacen con la esperanza de un lucro y, como todas las expresiones culturales, sigue unas normas determinadas.

No hay que caer en el etnocentrismo, es decir, en la intención de los creadores cinematográficos debe existir una voluntad de diálogo a pesar de las imposiciones económicas, de exposición de la propia cultura para establecer contacto con las culturas ajenas, pero no convertir los valores de esa cultura en concreto en los valores de toda la humanidad (Rodrigo Alsina, 1999, p. 82).

Parece ciertamente tras esta reflexión que es posible establecer un primer contacto entre culturas diversas a través del arte cinematográfico. Sin embargo, no hay que perder de vista que esto debe ser sólo la apertura de una puerta, el primer contacto, sin duda necesario pero, no hay que olvidar, no suficiente para establecer juicios de valor, para darse por satisfechos en el conocimiento de una cultura ajena a la propia que se presenta envuelta en unas vestiduras verosímiles pero no siempre ciertas y prácticamente nunca reflejo de una realidad mucho más compleja en todos los sentidos.

Una cita de Edgar Morin (Casetti, 1994, p. 55) puede reflejar perfectamente este planteamiento y poner punto y final a este discurso:

La sabiduría del cine reside sobre todo en su capacidad de encarnar lo imaginario. Lo que aparece en la pantalla no es el mundo en su evidencia o concreción, sino un universo nuevo donde se mezclan objetos comunes y situaciones anómalas (...). En resumen, el cine abre un espacio distinto, habitado por muchas más cosas de las que rodean nuestra vida.

Notas:

- Austin Millán, T. R. (2000). Comunicación Intercultural. Fundamentos y sugerencias. Disponible en: <http://tomaustin.tripod.cl/intercult/comintuno.htm> (2004, octubre).
- Ayala, F. (1995). El escritor y el cine. Madrid: Cátedra, Signo e Imagen.
- Baudrillard, J. (1978). Cultura y simulacro. Barcelona: Kairós.
- Casetti, F. (1994). Teorías del cine. 1945- 1990. Madrid: Cátedra.
- Casetti, F. y Di Chio, F. (1994). Cómo analizar un film. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Fernández Díez, F. y Martínez Abadía, J. (1999). Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Barcelona: Paidós Comunicación
- Gómez Martínez, J. L. (2002). La cultura indígena como realidad intercultural (Parte III). Disponible en: <http://ensayo.rom.uga.edu/critica/teoria/gomez/gomez2c.htm> (2002, octubre).

Gómez Tarín, F. J. (2002). Por una aplicación práctica del proyecto antiglobalización en el terreno audiovisual. Intercultural Communication. Disponible en: <http://www.interculturalcommunication.org/gomeztarin.htm> (2002, octubre)

Lipietz, Alain (1998). El porvenir de las culturas. En Ramonet, I. (ed.). Internet, el mundo que llega: los nuevos caminos de la comunicación. (pp. 266-272). Madrid: Alianza editorial.

Lotman, Y. (2000). La Semiosfera III. Semiótica de las artes y de la cultura. Madrid: Cátedra.

Lotman, Y. Y Escuela de Tartu (1979). Semiótica de la cultura. Madrid: Cátedra.

Martin, M. (1996). El lenguaje del cine. Barcelona: Gedisa.

Rodrigo Alsina, M. (1999). Comunicación intercultural. Barcelona: Anthropos.

Vázquez Medel, M. A. (2002). La semiótica de la cultura y la construcción del imaginario social. Gittcus, revista de comunicación [Revista electrónica] <http://www.cica.es/aliens/gittcus/mmccis.htm> (2002, octubre).

Lic. María Ángeles Martínez García

*Profesora en el área de Comunicación Audiovisual de la Universidad Católica
San Antonio de Murcia España*